2024 ← 1513
Caracas
Maracaibo Gölü
Orinoko
VENEZUELA
Guyana Platosu
SURİNAM
Bogota
KOLOMBİYA
Meta
Qito
EKVADOR
Chimborazo Dğ.
Rio Negro
R.Branco
Amazon
Maranon
Selvalar
Jurua
Purus
Madeira
Tapajós
Xingu
Tocantins
Pamaiba
S. Francisco
Ucayali
Huascarán
6310
Lima
PERU
Guaporé
Brezilya Plâtosu
Coropuna Dğ.
6613
Titicaca G.
La Paz
Mamoré
Brasilia
BOLİVYA
BREZİLYA
Espinhaço Sr. Dağları
Poopo G.
Banderia Dğ.
2821
Rio Grande
Paraguay
Atacama Çölü
6727
Llullaillaco Dğ.
Asuncion
PARAGUAY
Parana Platosu
Mar Sıra Dağları
Büyük Chaco
Rio Salado
Parana
Uruguay
Aconcagua
6959
Santiago
5290
Vol.Maipo Dğ.
URUGUAY
Mirim Gölü
Buenos
Pampalar
ARJANTİN
Colorado
R.Negro
Chillos Ad.
Patagonya Sıra Dağları
Chubut
4058
Valencan
İHBİR
LATİN AMERİKA
ÜLKELERİ
Pazar Araştırma Çalışması
İİB

LATİN AMERİKA ÜLKELERİ

Pazar Araştırma Çalışması

İhracat Ailesinin Siz Değerli Üyeleri,

Küresel ekonomide yaşanan değişime uygun bir biçimde küresel ticarette de yükselen trendler yeni ticaret merkezlerini ortaya çıkarmıştır. Uluslararası alanda yaşanan yoğun rekabet ortamında ihracatta alternatif pazarlara olan ilgi de her geçen gün artıyor.

Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri sektörümüz, ihracat değerleri açısından tarım kategorisindeki en büyük alt sektör konumunda bulunuyor. İstanbul Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçılar Birliği (İHBİR) olarak da sektörün toplam ihracatının dörtte birinden fazlasını gerçekleştiriyoruz. Yaptığımız ihracatın yüzde 70'inin atıştırmalık grubu olduğunu göz önüne alarak, varlığımızı daha da kuvvetlendirmek hedefindeyiz. Ve İHBİR ailesi olarak daha da büyük adımlar atarak dünyanın dört bir yanına hizmet vereceğiz. Özellikle Orta ve Güney Amerika'dan oluşan Latin Amerika pazarı, pazar çeşitliliğini genişletmek isteyen ihracatçı firmalar için önemi giderek artan bir bölge. Bu minvalde Ticaret Bakanlığı ve STK Kuruluşları, Türk ürünlerinin Latin Amerika pazarında kendine daha fazla alan açması için düğmeye bastı. Bu bağlamda Ticaret Bakanlığı'nın üretim ve ihracata dayalı bir büyüme modelini benimseyen Uzak Ülkeler Stratejisi kapsamında Latin Amerika ülkeleriyle ticari ve ekonomik işbirliğinin artırılması, yakın ve karşılıklı çıkarlara dayalı ilişkiler yürütülmektedir.

Ülkemizin Latin Amerika bölgesiyle ilişkileri 19. yüzyılın ikinci yarısına dayanmaktadır. 1860 yılından Birinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar Osmanlı İmparatorluğu'ndan Latin Amerika'ya çeşitli göç dalgaları gerçekleşmiştir. Bu göç dalgası ile birlikte o ülkelere önemli ticaret anaşmaları yapılmıştır. Üstelik günümüzde kılavuz olarak bilinen "Pîrî Reis Haritası"nın payı büyüktür. "Pîrî Reis Haritası", Amerika kıtasını gösteren en eski haritalardan birisidir. Uzak bir destinasyona insanlık ve kültür tarihi araştırmalarına büyük bir kapı açtığını, Osmanlı döneminde o ülkelere deniz yoluyla ticaret yapıldığını göz önüne alırsak haritanın ne denli önemli olduğu gözler önüne seriliyor.

Katma değerli üretimi büyütmek ve 'Türk Malı' algısını kuvvetlendirmek gibi yapılacak doğru hamleler ve kurulacak sağlam bir strateji ile ciddi bir potansiyel olduğunu düşündüğümüz Latin Amerika ülkelerinde etkimizi artıracağız. İHBİR olarak bu pazardan daha çok faydalanmanız için dünya ticaretinde giderek daha ağırlık kazanan Latin Amerika Ülkelerine yönelik kitap hazırladık. Sizlere sunduğumuz bu kitapta gelecekteki yol haritanızı belirleyeceğiniz ve daha geniş kitlelere ulaşacağınızı düşünüyorum.

Arjantin, Bahamalar, Bolivya, Brezilya, Ekvator, El Salvador, Guatemala, Guyana, Honduras, Jamaika, Karayipler, Kolombiya, Kosta Rika, Küba, Panama, Paraguay, Saint Lucia, Surinam, Şili, Uruguay, Venezuela ülkelerine ilişkin pazar dinamikleri, mevzuat, ülkede iş yapma kültürü gibi geniş kapsamlı yatırım fırsatlarının sunulduğu " Latin Amerika Ülkeleri Pazar Araştırma Çalışması" adlı kitabımızda firmalarımızın bilgisine sunacağız.

Kitabın basımı aşamasında özveriyle çalışan Prof. Dr. Nevzat Konar ve İİB Genel Sekreterliği'ne teşekkür ederim.

Saygılarımla
İHBİR Yönetim Kurulu Başkanı
Kazım TAYCI

Önsöz

Ülkemiz ihracatında gıda ürünleri önemli paya sahip olup cari dengeye önemli pozitif katkı sağlamaktadır. Farklı kategorilerdeki ürünler küresel pazarın bileşenlerine ülkemiz üretici ve ihracatçıları tarafından sunulmaktadır. Ülke ekonomisi için kritik öneme sahip olan bu faaliyetlerde (i) yeni pazarlara giriş, (ii) pazar payını korumak ve bu payın istikrarlı artışını sağlamak, (iii) rekabet unsurlarını güçlendirmek motivasyonları ile stratejiler geliştirilmektedir. Ancak bu stratejilerin hedef pazar (ülke, bölge veya tüketici grubu) odaklı olması, elde edilebilecek sonuçların nitelik ve nicelikleri açısından önemlidir. Bunun için ise hedeflerin karakteristik özellikleri, yapısı ve potansiyellerini, gelecek öngörü ve tahminlemeleri ile birlikte göz önünde tutmak gerekir. Bu çalışmanın a macı da Orta – Güney Amerika pazarlarına yönelik gıda ihracatçılarımıza genel perspektif ve bazı temel göstergeleri sunarak, giderek büyüyen bu pazar(lar)da mevcut ve potansiyel rekabetlerine katkı sunmaktır.

Orta ve Güney Amerika pazarı, Ticaret Bakanlığımızın "Uzak Pazarlar Stratejisi" yaklaşımında önemli unsurlardandır. Bölge genç ve yoğunluğu yüksek nüfusa sahiptir. Ancak ülke ve alt-bölgeler bazlı farklı Pazar dinamikleri ve tüketici yapısı ile de dikkat çekmektedir. Dolayısı ile çalışmada da ülke bazlı analizler ve durum tespitleri gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla ilgili ülkenin güncel sosyo-ekonomik ve politik güncel yapısına yönelik bilgiler derlenmiş, ancak bu bilgiler ham veri olarak sunulmaktansa genelde gıda ihracatı, özel de ise İHBİR ihtisas alanları dikkate alınarak yorumlanmıştır. Bölge ülkelerinin farklı Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA), bölgesel işbirlikleri ve buna yönelik organizasyonların ihracatçılarımız için sağladığı avantaj-dezavantajlar göz önünde tutulmuştur. Her bir ülkenin gıda perakendediliği yapısı yanı sıra bu ülkelerde faaliyet göstermekte olan gıda üretimi için hammadde ve ara-mamul tedarikinde pay sahibi olan veya olmak isteyebilecek ihracatçılarımızın ihtiyaç duyabileceği bilgi ve verilere de yer verilmiştir. Ayrıca güncel ihracat mevzuatı, etiketleme koşulları yanı sıra bu pazardaki kurumsal alıcılar, potansiyel distribütör ve temsilcilerin genel karakteristik bazı özellikleri ile "iş kültürü ve alışkanlıkları" da kapsama alınmıştır.

Gıda teknolojisi ve tüketiciler dinamik yapıya sahiptirler. Tüketicilerin algı, tutum ve alışkanlıklarının hedef pazarlarlar incelenmesi kritik öneme sahiptir. Bu özelliklerin değişimi üzerinde etkili olan faktörler ile birlikte ele alınması, daha doğru anlaşılmalarını ve yorumlanmalarını sağlayabilir. Çalışmada Orta ve Güney Amerikalı tüketiciler ile birlikte güncel pazar eğilimlerine yer verilmiş, bu eğilimler ayrıca perakendecilik faaliyetleri birlikte değerlendirilmiştir.

"Ipsa scientia potestas est" (Bilgi tek başına güçtür). Ancak bu gücün, kullanabilecek kişiler ile ulaştırılması ve onların mevcut güçlerine güç katılması da gerekir. Bu amaçla ile yola çıkan çok değerli İHBİR çalışanlarının ve onları destekleyen İHBİR Yönetiminin çaba ve gayretlerinin ihracatçılarımızın gücüne güç katması dilekleri ile.

Prof. Dr. Nevzat Konar
Ankara Üniversitesi

ART BASIM
Şenlikköy Mh. Yaşar Kemal Sok. No: 3/4, 34153
Bakırköy / İstanbul, Türkiye
Tel: 0 (212) 671 30 00 E-mail: info@artbasim.com

İÇİNDEKİLER

2 BAŞKANIN MESAJI

3 ÖNSÖZ

5 İÇİNDEKİLER

7-30 ARJANTİN

31-42 BOLİVYA

43-69 BREZİLYA

71-92 EKVATOR CUMHURİYETİ

93-104 EL SALVADOR

105-116 GUATEMALA

117-128 HONDURAS

129-138 KARAYİPLER

139-148 BAHAMALAR

149-158 GUYANA

159-170 JAMAİKA

171-178 SAİNT LUCİA

179-198 KOLOMBİYA

199-222 KOSTA RİKA

223-242 KÜBA

243-268 PANAMA

269-280 PARAGUAY

281-290 SURİNAM

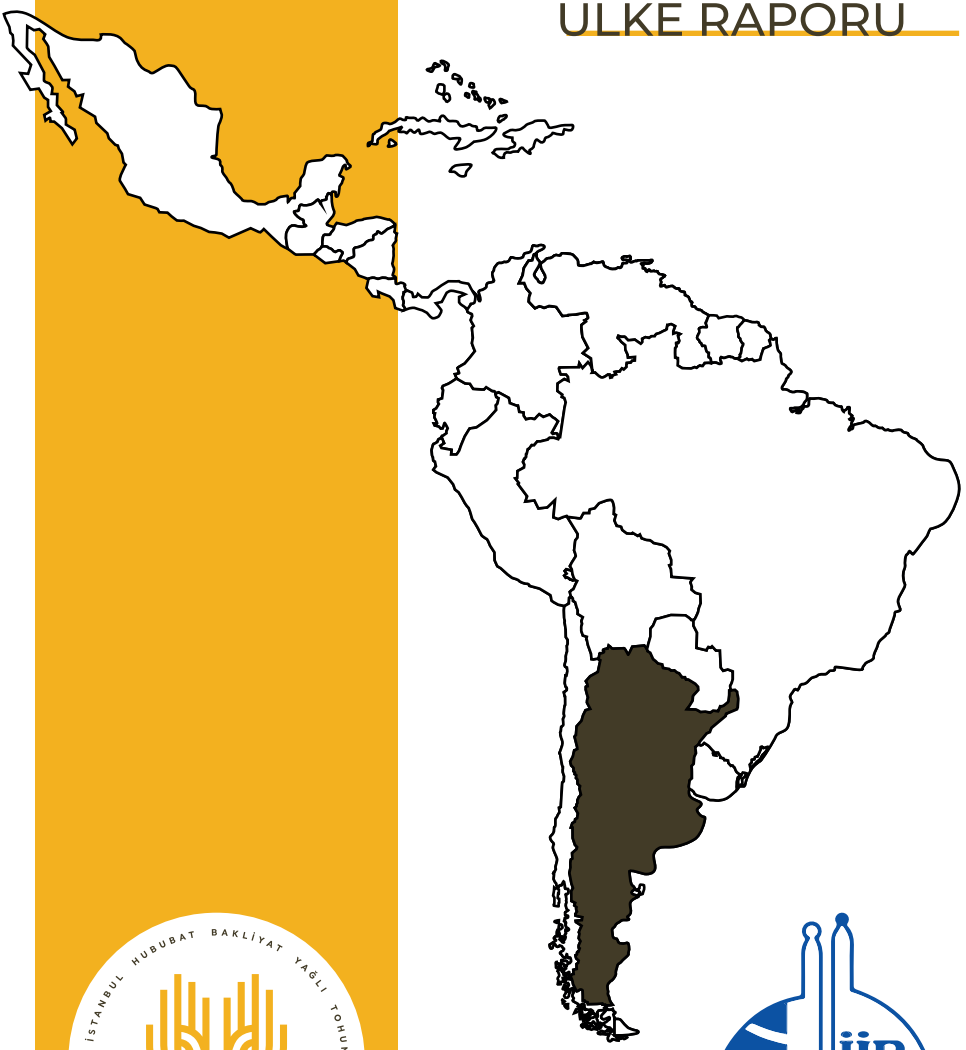
291-316 ŞİLİ

317-330 URGUAY

331-339 VENEZUELA

ARJANTİN

ÜLKE RAPORU



İHBİR

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İİB

ARJANTİN

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Arjantin Cumhuriyeti
Nüfus	46,76 milyon (2023 IMF Tahmin)
Dil	İspanyolca (resmi), İngilizce, İtalyanca, Almanca, Fransızca
Yüzölçümü	2.780.400 km²
Başkent	Buenos Aires
Başlıca Şehirleri	Buenos Aires (18,5), Cordoba (3,3), Santa Fe (3,2), Mendoza (1,7), Tucuman (1,4)
Yönetim Şekli	Federal Cumhuriyet (23 Eyalet, 1 Federal Başkent)
Devlet Başkanı	Alberto Fernandez
Para Birimi	Arjantin Pezosu (Ps)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar: Latin Amerika Entegrasyon Birliği-ALADI, Güney Amerika Ortak Pazarı-MERCOSUR üyesi olup Dünya Ticaret Örgütü-DTÖ'nün kurucu üyelerindendir. Ayrıca Latin Amerika'daki birinci, dünyada sekizinci NATO müttefiki olan ülkedir. Avrupa Birliği-EU ve Pasifik İttifakı ile ilişkileri de olumlu yönde gelişmektedir.

Coğrafi Konum

Arjantin'in adı Latince ''Argentum'' (gümüş) kelimesinden gelir. Arjantin'in sahip olduğu toprak; Güney Amerika Kıtası'nda 2., dünya genelinde ise 8. en büyük topraktır. Şili (5,308 km), Bolivya (832 km), Paraguay (1,880 km), Brezilya (1,261 km) ve Uruguay (580 km)'la sınırı bulunmaktadır.

Arjantin yaklaşık 2,8 milyon kilometrekarelik alanıyla, kuzeyden güneye doğru indikçe daralır. Kuzeyden güneye kadar olan uzunluğu 3.694 km ve batıdan doğuya uzanan en geniş topraklarının uzunluğu ise yaklaşık 1.423 km'dir. Doğu kıyıları boyunca Atlantik Okyanusu uzanır, batısında Şili, kuzeyinde Bolivya ve Paraguay, kuzeydoğusunda ise Brezilya ve Uruguay bulunur.

Ülkenin kuzeyinde yağmur ormanlarında nemli tropikal iklim, güneydeki Patagonya'da çöl iklimi, And Dağları boyunca uzanan Bariloche bölgesinde ise İsviçre benzeri dağlar ve göllerle kaplı alanlarda kışlar soğuk, yazlar sıcak iklim ve Kuzey Doğuda ise karasal ve kuru bir iklim hüküm sürmektedir.

Arjantin 190.000 km2 ekilebilir araziye sahiptir. Kurak bölgelerden, subtropikal ormanlara yayılan çeşitli mikro iklimlere ve ekosistemlere sahip Arjantin'de çok çeşitli ürünler yetiştirilebilmektedir. Toprağı düşük maliyeti ormancılık için çok uygundur. Yüksek orandaki ağaç sayısı bu alanda önemli yatırımların yapılması ile sonuçlanmıştır.

Ülkenin ve kıtanın en yüksek dağı 6.959 metre ile And dağları üzerindeki Aconcagua zirvesidir. Batı yönünde ülke tamamen And Dağlarıyla çevrilmiş olup, bu sıradağlar aynı zamanda Şili ile coğrafi ve siyasi sınırları da oluşturmaktadır. Arjantin'in Pampa Ovası ülkenin yaklaşık olarak % 25'ini kaplamakta olup, büyük oranda doğal çayırlıklardan oluşmaktadır. Bu ova geniş bir alana yayılması ve iklim açısından çok şanslı olması nedeniyle fiili olarak ülkenin tarım ve hayvancılık havzasıdır.

Siyasi ve İdari Yapı

Arjantin, federal bir cumhuriyettir. 1853 Anayasası, 1994 reformuna kadar pek bir değişiklik göstermemiş ve sistem o tarihlerde bütün kıtaya örnek olan ABD Anayasası ve idari yapısı örnek alınarak düzenlenmiştir. Kuvvetler ayrımı prensibi hâkimdir. Yürütme kuvveti ağırlıklı olarak Devlet Başkanındadır. 1994 Anayasasına göre Başkan 4 yıllık süreyle üst üste en fazla 2 kez seçilebilmektedir. Çok geniş yetkilerle donatılan Başkan kabine başkanı ile hükümet üyelerini doğrudan, Anayasa Mahkemesi üyelerini ise Senatonun onayı ile atamaktadır. Başkan, hükümetin Meclis onayından geçirdiği bütçeyi de veto yetkisine sahiptir.

Yasama erki iki meclisten, Senato ve Temsilciler Meclisi'nden oluşmaktadır. Halen Senatör sayısı 72'dir. Temsilciler Meclisi, 257 üyeden oluşmaktadır. Meclis üyeleri 4 yıl için seçilmekte olup, her 2 yılda bir Meclis üyelerinin yarısı yenilenmektedir. Senato üyeleri ise 6 yıl için seçilmekte olup, eyaletlerin Temsilciler Meclisi bulunmaktadır.

Her Eyaletin ayrı bir anayasaya sahip olduğu Arjantin'de kuramsal olarak eyaletlerin ciddi anlamda yetki ve gücü bulunsa da tarihi olarak Federal Hükümet baskın olmuştur.

Anayasa gereği bağımsız ve ayrı bir güç kaynağı olan yargının en yüksek kurulu olan Anayasa Mahkemesi 1854 yılında kurulmuş olup, yasamanın yaptığı yasaların Anayasaya uygun olup olmadığını denetlemektedir. Üyelerinin Başkan tarafından senato onayıyla atandığı Anayasa Mahkemesi düzeyinin altındaki hakimler, Başkanın önerisi üzerine Anayasa Mahkemesi tarafından atanmaktadır. Arjantin yargı sistemi ücret ve diğer hakları açısından tam özerkliğe sahip olup, bu konularda yürütmeden bağımsızdır.

Arjantin 23 eyalete (provincias) ve bir federal bölgeye (distrito federal) ayrılmıştır: Buenos Aires Federal, Catamarca, Chaco, Chubut, Cordoba, Corrientes, Entre Rios, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquen, Rio Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antartica e Islas del Atlantico Sur ve Tucuman.

Nüfus ve İstihdam

Yaklaşık 47,3 milyon nüfusa sahip olan Arjantin'in 2023-2027 dönemi yıllık nüfus artış hızı yüzde 0,6 civarında tahmin edilmektedir. Diğer Latin Amerika ülkeleri ile karşılaştırıldığında doğurganlık oranı düşük ve yaşlı nüfus oranı yüksektir.

Nüfus Dağılımı

Nüfus	**2017**	**2022**	**2027**
Toplam (milyon kişi)	44,1	45,5	46,9
Erkek nüfus	21,5	22,2	22,9
Kadın nüfus	22,6	23,3	24,0
Yaşa göre dağılım %			
0-14 yaş	24,6	23,7	22,5
15-64 yaş	63,8	63,8	64,1
65+ yaş	11,6	12,5	13,3
Şehirleşme %	91,8	92,4	93,0
Çalışan nüfus (milyon kişi)	12,6	13,8	14,8

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Arjantin doğal kaynakları açısından zengin bir ülke olup, Pampas'ın verimli ovaları, kurşun, çinko, kalay, bakır, demir cevheri, manganez, petrol, uranyum kaynaklarına sahiptir.

Su kirliliği önemli bir çevre sorunu olup, çevre koruma politikaları Doğal Kaynaklar ve İstikrarlı Gelişme Sekreterliği (Natural Resources and Sustainable Development), federal bürolar tarafından yürütülmektedir.

Ülkenin, Bolivya ve Şili sınırlarında geniş mineral kaynakları mevcuttur. Andes dağlarındaki zengin maden yatakları, Catamarca ve San Juan'da bakır ve altın rezervleri, Mendoza'da uranyum, Jujuy'da çinko rezervleri mevcuttur.

Arjantin, 4.700 kilometrelik sahili ile dünyanın en iyi balıkçılık alanlarından birine sahiptir. Mürekkep balığı gibi zor bulunan birçok cins balık bol miktarda bulunmaktadır. Yerel balık filolarının yanı sıra uluslararası anlaşmalarla Japonya, Kore, Rusya, İspanya ve diğer ülkeler de Arjantin sularında balıkçılık yapabilmektedirler.

Arjantin' e Genel Bakış

Güney Amerika'nın yüzölçümü açısından ikinci, nüfus bakımından ise üçüncü büyük ülkesi olan Arjantin, 2021'de Latin Amerika'da kişi başına düşen GSYH'nin üçüncü en yüksek olduğu ülke olmuştur. Ülkenin 2022 itibari ile nüfusu 47.3 milyondur. GSYİH'sı 491 milyar USD olup, kişi başı GSYİH ise aynı yıl için 10.729 USD'dir. Arjantin'in 2022 Ocak-Ekim döneminde gerçekleşen tüketici odaklı gıda ürünleri ithalatı 4.13 milyar USD seviyesindedir. Ülke gıda endüstrisinin aynı dönemdeki ihracatı ise 46.2 milyar USD olup, net ihracatçı bir ülke olarak tanımlanması mümkündür. Başkent Buenos Aires ve çevresindeki banliyöler, ülkenin gelirinin neredeyse üçte birini oluşturur. Ülkedeki başlıca gıda perakendecileri Coto, Cencosd-Jumbo, Dia, Carrefour, La Anonima, Diarco, Vital, Wlamart, Cooperativa Obrera ve Toldeo'dur. Ülkede Pazar payı ve satışı dikkat çekici artış gösteren başlıca gıdalar ise, hacimsel büyüklükleri esaslı olarak sırasıyla konserve meyve-sebzeler, domuz ürünleri, gıda katkı maddeleri ve aromaları, tatlandırıcılar, baharatlar, şekerlemeler, alkollü içecekler, yemişler ve bitkisel proteinler ve deniz ürünleridir.

Arjantin'in tüketici odaklı yiyecek ve içecek ithalatının, devam eden ekonomik belirsizlik, para birimindeki dengesizlik, zayıf tüketici harcamaları ve yüksek enflasyon beklentisi nedeniyle 2023 yılında 2022 seviyelerinde sabit kalması öngörülmektedir. Ekim 2022'den bu yana pek çok gıda ve içecek ürününe artık otomatik olarak ithalat lisansı verilmemektedir. Arjantin hükümeti ticareti yönetmeye çalıştığı için ithalat lisansları ihtiyari olarak verilmektedir. Ancak gıda bileşenleri, bitki bazlı ürünler, domuz ürünleri, deniz ürünleri, sağlık temalı ve yüksek gelirli tüketicilere yönelik premium veya private label gibi yerel olarak yeterli miktarda üretilmeyen ürünler için hala fırsatlar bulunmaktadır.

Arjantin'in gıda ve içecek endüstrisi çok büyük ve gelişmiştir. Yerli Arjantinli üreticilerin yanı sıra, birçok çokuluslu şirket de Arjantin pazarının talebini karşılamak için yerel olarak faaliyet göstermektedir. Arjantin'in üretmediği veya arzının sınırlı olduğu ürünlerde ve öncelikli olarak yüksek gelir segmentini hedef alan gurme ürünlerde yiyecek ve içecek ithalat pazarının güçlü olmaya devam edeceği öngörülmektedir.

İthal gıda ve içecek ürünleri için en iyi beklentiler, tanınmış markalara ait ürünler (şekerleme ürünleri, soslar, atıştırmalıklar, yemişler, bira vb.), gıda bileşenleri (fonksiyonel gıdalar, içecek endüstrisi için vb.) ve yurt içinde üretilmeyen emtia türü ürünlerdir. Arjantin'in yerel ve ihracat pazarları için yeni ürünler geliştirmesi, yeni gıda bileşenlerinin ithalatı için iyi fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, gıda ve içecek endüstrisi Arjantin ekonomisine katkıda bulunan ana faaliyet alanları arasındadır. Tarım sektörünün büyük bir kısmı ihracat pazarlarına yönelirken, gıda ve içecek üretimi öncelikle iç

pazara odaklı yürütülmektedir. Birçok büyük ulusal gıda ve içecek şirketi, yabancı çokuluslu şirketler veya çeşitli yatırım fonları tarafından satın alınmıştır. Bu satın almalar yanı sıra uluslararası düzeyde birleşme ve satın almaların gerçekleşmiş olması, güçlü bir yerel gıda sanayi ile sonuçlanmıştır.

Arjantin'e yönelik gıda ithalatı konusunda yüksek beklentiye sahip olunabilecekler arasında premium gıda ve içecekler, emtia türü ürünler ve gıda hammaddeleri ve yarı-mamulleri bulunmaktadır. Bunların hepsi yerli üretim olmayan ya da üretimleri yurt içi talebin tamamını karşılamaya yetmeyen ürünlerdir. Yabancı ülkelerin pazar tanıtım faaliyetleri esas olarak ticari misyonlar, süpermarket mağaza içi tanıtımları ve ticari fuarlardan oluşmaktadır. Yüksek ithalat potansiyeli ürünler, kategoriler halinde aşağıda belirtilmiştir;

A. İthal gıda ve içecekler (Ulusal üretimin yerel talebi karşılamak için yeterli olmadığı ve fiyat duyarlılığının yüksek olduğu ürünler): Konserveler, domuz eti ürünleri, şekerlemeler, muz, kahve, mercimek.

B. Gıda Hammadde ve Bileşenleri; Kakao yağı, kitlesi ve tozu, doğal renklendiriciler, aroma ve çeşni maddeleri, gıda katkı maddeleri, süt endüstrisine yönelik bileşenler, modifiye nişastalar, çiğ kuruyemişler, gıda takviyeleri, fonksiyonel gıdalar için bileşenler, tatlandırıcılar, baharatlar, ginseng, içecek hazırlama malzemeleri, proteinler, protein konsantreleri ve izolatları, nutrasötikler, vitaminler, soya proteinleri, doğal ekstraktlar, lifler, yağ ikameleri, pektinler.

C. Yüksek değerli gıda ürünleri (özellikle çok tanınmış uluslararası markaların ürünleri): Sakız, soslar, şekerlemeler, enerji içecekleri, alkollü içecekler (şarap ve alkollü içecekler), atıştırmalıklar, atıştırmalık barlar, çorbalar, kurabiyeler, işlenmiş kuruyemişler, sürülebilir ürünler, tüketime hazır yemekler, bebek maması, bitki bazlı et ve burgerler, Hindistan cevizi şekeri ve yağı, matcha, tortillalar, deniz ürünleri ve balık.

Arjantin'in güçlü ihracatçı pozisyonuna örnek olarak bu bölgenin güçlü bir tedarikçisi ABD ile olan gıda ve içecek ithalat-ihracat ilişki ve dengeleri verilebilir. 2021 yılında, Arjantin'in ABD'ye yaptığı 2,1 milyar USD'lik ihracata karşılık ABD Arjantin'e 169 milyon USD gıda ve tarım ürünleri ihraç etmiştir. ABD'nin Arjantin'e yaptığı başlıca ihracatlar arasında ise tohumlar, gıda bileşenleri, tüketime hazır gıdalar, öğütülmüş tahıllar ve ürünleri ile dekstrinler, peptonlar ve proteinler yer almaktadır.

Arjantin Gıda Kanunu (Código Alimentario Argentino – CAA), hem ulusal hem de ithal gıda ve içecek ürünlerinin üretimi, işlenmesi ve pazarlanmasına yönelik yol gösterici mevzuattır. CAA ayrıca Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay'ı içeren bir Güney Amerika ticaret bloğu olan MERCOSUR bünyesinde üzerinde anlaşmaya varılan düzenlemeleri ve standartları da içermektedir. Haziran 2019'da MERCOSUR ve AB, Serbest Ticaret Bölgesi konusunda bir anlaşma yaptığını duyurmuştur. Arjantin'de gıda ve içecekler konusunda üç kamu otoritesinden bahsedilebilir;

1.SENASA/SAGyP – Ulusal Tarımsal Gıda Sağlığı ve Kalitesi Servisi (Tarım, Hayvancılık ve Balıkçılık Sekreterliği): Hayvan ve bitkisel ürünler ve yan ürünler, balıkçılık ve diğer deniz ürünleri.

2.INAL/ANMAT/MS – Ulusal Gıda Enstitüsü/Ulusal İlaç, Gıda Ürünleri ve Tıbbi Ekipman İdaresi (Sağlık Bakanlığı): Şarap hariç işlenmiş gıda ve içecekler.

3. INV/SAGyP: Ulusal Şarap Enstitüsü (Tarım, Hayvancılık ve Balıkçılık Sekreterliği)

Arjantin Pazarının Avantajları

- İthal ürünlere yönelik yüksek kalite ile ilişkilendirilen bir tüketici algı ve tutumu vardır.
- Uluslararası ve güçlü perakendecilerin varlıkları ve faaliyetleri, bu pazara giriş için çeşitli avantajlar sağlamaktadır.
- Yerel perakendeciler, çeşitli ülkelerden ithal gıda ve içeceklere erişim sağlamaktadır erişim sağlamaktadır.
- Büyük perakende zincirlerinin, özellikle ülkenin iç kesimlerinde yeni mağaza açılışlarına odaklanan önemli yatırımları, ülke genelinde pazar kapsamının genişletilmesine olanak tanımaktadır.

Arjantin Pazarının Dezavantajları

– Dünya Bankası'na göre Arjantin dünyanın en korumacı ekonomilerinden birine sahiptir.
– İthalat mevzuatı hızla değişmektedir.
– İthalatçıların ilk alımları genellikle küçük hacimlidir.
– İthalatın önünde çok az açık engel bulunmasına rağmen, gıda ve içecek ithalatı ihtiyacının geliştirilmesi için ticari çabaların sarf edilmesi gerekmektedir.

SWOT Analizi

Arjantin Pazarı Yapısı

Arjantinliler, Castellano adını verdikleri İspanyolca Konuşmakta, fakat Güney Amerika'da en yüksek ortalama İngilizce seviyesine sahip olan ülkedir.

Arjantin ekonomisi oldukça değişken bir yapıya sahiptir. Son beş yılda uzun süreli pek çok daralma dönemi ve yüksek enflasyon yaşanmıştır. Enflasyon yıllık %90'ın üzerinde seyretmekte, bazı özel sektör analistleri enflasyonun 2023'te %100'ün üzerine çıkabileceğini öngörmektedir. Kasım 2022'de Tüketici Fiyat Endeksi'nin (TÜFE) yıllık değişim oranı %92.4 olarak hesaplanmıştır. Buna rağmen ve birkaç yıl süren dur gunluğun ardından iç tüketim 2021'de yavaş bir toparlanmaya başlamış ve 2022'de bu toparlanma devam etmiştir. Yakın tarihli bir araştırmada, 2022'nin ilk yarısı itibarıyla tüm ticaret kanallarında 2020 seviyelerinin üzerinde büyüme görüldüğü bildirilmiştir. 2020 yılında pandemi ve karantinalarla birlikte en yüksek büyüme e-ticaret alanında olmuştur. Ülke ekonomik yapısında belirsizlikler mevcut olmakla birlikte pek çok ticari fırsat da söz konusudur.

Ocak - Ekim 2022 döneminde Arjantin 4.125 milyar USD değerinde gıda ve tarım ürünü ithal etmiştir. Avantajlı tarife uygulamalarından ve nakliye maliyetlerinden yararlanan diğer Latin Amerika ve Mercosur (Brezilya, Paraguay ve Uruguay) ülkeleri Arjantin için bu ürünlerin başlıca tedarikçileri olmakla birlikte Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği, Çin ve Tayland da önemli Pazar payı sahipleridir. 2022'nin nihai

ithalat rakamları dikkate alındığında 2021'in aynı dönemine kıyasla yıllık %27 artış belirlenmiştir. Arjantin dünyanın en korumacı büyük ekonomilerinden birine sahiptir. Arjantin'in ekonomik açıdan müdahaleci politikalar geçmişine aşina olmak, ticari süreçleri doğru yönetmek ve öngörüler gerçekleştirmek için yararlı olacaktır.

Arjantin, 1816'da İspanya'dan bağımsızlığını ilan etmiştir. 19. yüzyılın sonlarında, Avrupa'dan gelen göç (özellikle İtalya ve İspanya'dan) ve yatırım (Birleşik Krallık'tan) dalgası ülkeyi dönüştürmeye başlamış ve kentleşmenin ve sanayileşmenin artmasına yol açmıştır. Modern tarım tekniklerinin Arjantin'in Pampalarına (ovalarına) uygulanması ve yeni nakliye teknikleri, Arjantin'in Avrupa'ya tarım ürünleri ihraç etmeye başlamasına olanak sağlamıştır. Bazı emtialardaki başarılı ve yüksek üretim, ülkenin zenginleşmesine katkıda bulunmuş ve 20. yüzyılın başında dünyanın kişi başına düşen GSYİH'sı ilk on ülkesinden biri haline gelmesini sağlamıştır. Bu tarihten bu yana Arjantin ekonomisi yükseliş ve çöküş döngüleri yaşamıştır. Ülke borçlarını altı kez ödeyememiştir. Farklı ideoloji ve organizasyonlara sahip Arjantin hükümetleri, enflasyonu kontrol altına almak ve Arjantin Pezosu'nun değerini korumak için mücadele etmiştir. 1940'ların sonlarından beri Arjantin'in baskın siyasi ideolojisi, kurucusu ve eski başkanı Juan Domingo Peron'un (1895-1974) adını taşıyan Peronizm olmuştur. Peron'un ölümünden yıllar sonra, Peronizm belki de ayrı bir siyasi teoriden ziyade bir siyasi hareket olarak tanımlanabilir; ancak Peronistler genellikle ulusal egemenlik ve kimliği, toplumsal eşitliği ve devletin ekonomiye yoğun müdahalesi öne çıkmaktadır.

Arjantin hükümeti, ticari ve cari açığı yönetmek için sıkı para birimi kontrolleri ve ithalat lisans sistemi uygulamıştır. Özellikle Arjantin'deki orta ve üst sınıflar arasında ithal gıda ürünlerine talep mevcut olsa da, mevcut Arjantin hükümeti ithal gıda ve içecekleri lüks ürünler olarak görmekte ve muhtemelen tüm zorunlu olmayan sektörlerde ithalatı kısıtlamaya yönelik başka politikalar uygulamaya almayı planlamaktadır. Bu nedenle, Arjantin pazarında öngörülerde bulunabilecek, deneyimli yerel ithalatçılar ve acentalarla yakın çalışmak avantajlıdır. İthalat ve ödeme düzenlemeleri hızla değişmektedir, bu da potansiyel ithalat gecikmelerine, ürün reddine ve ödeme sorunlarına yol açarak Arjantin'e gıda ve içecek ihracatının kârlılığını azaltır.

Bununla birlikte, ithalatçıları Avrupa ve ABD menşeili geleneksel tedarikçilerden mevcut ve rekabetçi fiyatlı ülkemiz ürünlerine yönlendirmek mümkün olabilir. Ayrıca, yakın vadeli ekonomik tahminler pek parlak olmasa da, Arjantin ekonomisi son derece döngüseldir; durgunlukların ardından yıllarca süren hızlı büyüme ve genişleme yaşanmaktadır. Ülkemiz ihracatçıları, durgunluk sırasında nispeten mütevazı kaynaklara yatırım yaparak ve Arjantinli ithalatçılarla ilişkiler kurarak, ekonomik yükselişte durgunluğun yerini hiper tüketime bıraktığında gelecekte meyvelerini toplamak için güçlü bir konuma ulaşmaları mümkün olabilir.

Arjantin, turizmi geliştirilmesi gereken önemli bir endüstri olarak görmekte ve Arjantin'in yurtdışındaki imajını geliştirmek için çaba göstermektedir. Son on yılda Arjantin otel sektörüne, özellikle Best Western, Sofitel, Sheraton, Accor, Radisson, Four Seasons, Days Inn, NH, Holiday Inn, Howard Johnson, Hilton ve diğerleri gibi uluslararası zincirler tarafından birkaç milyar dolar yatırım yapılmıştır. Otel yatırımları hem Buenos Aires şehrinde hem de ülkenin iç kısımlarında, özellikle de Salta, Ushuaia, Bariloche, El Calafate, Mendoza ve Rosario'da yavaş yavaş büyümeye devam etmektedir. Kruvaziyer turizmi Arjantin'de nispeten yeni bir faaliyettir, ancak güçlü bir şekilde büyümektedir. Pandemi öncesi son gemi yolculuğu sezonunda Arjantin limanlarına yarım milyona yakın turist gelmiştir. Bazı büyük şirketlerin hala normal şekilde faaliyet

göstermekten çekinmesi nedeniyle 2022/2023 sezonu için daha düşük yolcu sayısına ulaşılmıştır. Arjantinlilerin çoğu tatillerini yurt dışına seyahat etmek yerine ülkede geçirir. Bununla birlikte, son on yılda giderek artan sayıda daha varlıklı Arjantinli yabancı turistik destinasyonları tercih etmektedir. Bu destinasyonlara seyahat eden birçok kişi, yurtdışındayken yaptıkları tüketimin aynısını yaparak ithal markaları veya ürünleri satın alma isteği uyandıran bir tüketim davranışı sergilemeye başlamaktadır.

Çoğu otel pandemi nedeniyle uzun süreli kapalı kalmasının ardından toparlanmaya çalışsa da, önde gelen oteller sağladıkları yemek hizmetlerinde geleneksel kalite standardını korumak için ithalatçılardan almayı tercih edecekleri premium gıda ve içecekleri talep ederler. Mümkün olduğunda, yerel pazarda bulunmayan ve yabancı turistlerin talep ettiği ithal özel gıdaları da kullanırlar. Restoranlar tarafından kullanılan hammaddelerin kalitesi, özellikle müşterileri ağırlıklı olarak yabancı turistler ve varlıklı Arjantinliler olan yüksek puan alan restoranlarda bir önceliktir. HRI operatörleri taze ürünleri önceden pişirilmiş, konserve veya dondurulmuş ürünlere tercih eder. Geçtiğimiz birkaç yılda lüks oteller ve restoranlar, yüksek kaliteleri ve daha kolay hazırlanmaları nedeniyle ithal gıda ürünlerini kullanmaktadırlar.

Gıda ve içecek endüstrisi Arjantin ekonomisine katkıda bulunan ana faaliyetlerden biridir. Tarım sektörünün büyük bir kısmı ihracat pazarlarına yönelirken, gıda ve içecek üretimi öncelikle iç pazara odaklanmaktadır. Arjantin'in gıda ihracatçısı olarak tanınmasına rağmen, ithal gıda bileşenleri ve hammaddeleri sektörde önemli bir rol oynamaktadır. Son iki yılda ithal edilen başlıca hammaddeler, yerli üretimi olmayan veya üretimi yerli sanayinin ihtiyacını karşılayamayan ürünler olmuştur. Arjantinli üreticiler bu dış kaynaklı girdilerini ulusal üretim ve/veya diğer Mercosur ülkelerinden daha düşük maliyetli olanlar ile ikame etme çabasındadır. Ancak bu çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Çünkü birçok bileşen yalnızca bölge dışında üretilmektedir. Dolayısıyla ithal gıda bileşenlerine ve bazı hammaddelere olan talebin artmaya devam edeceği öngörülmektedir. Yerel ekonomik zorluklara rağmen yeni ürün grupları piyasaya sürülmeye devam etmektedir. Yeni ürün grupları ve inovasyon, ulusal gıda ve içecek endüstrisini güçlendirmekte ve hem yerli hem de uluslararası tedarikçilerden daha fazla gıda bileşenine olan talebi artırmaktadır.

Özellikle son yıllarda önemli talep artışı yaşanan bazı spesifik gıda ürünlerinin üretimi için kullanılan girdilere yönelik Arjantin'de önemli bir pazar bulunmaktadır. Fitosteroller, omega 3 yağ asitleri, diyet lifleri ve antioksidan bileşikler gibi fonksiyonel gıda ve içeceklerin üretimi için çok iyi fırsatlar bulunmaktadır. Çünkü bu yeni tüketim trendi Arjantin'deki tüketici alışkanlıklarını giderek daha fazla etkilemektedir. Arjantin gıda pazarında önemli potansiyele sahip diğer gıda bileşenleri, kakao, pektin, protein konsantreleri ve izolatları, baharatlar, gıda takviyeleri, ginseng, domates ve tropikal meyve konsantreleri, modifiye nişastalar, koyulaştırıcılar, stabilizatörler ve tatlandırıcılardır. ABD yanı sıra İtalya, Fransa, İngiltere ve Almanya olmak üzere Avrupa ürünleriyle bu ürünlere ait pazar için güçlü bir rekabete girmek gerekir. Bunlara ek olarak diğer potansiyel rakipler Brezilya ve Şili başta olmak üzere Mercosur ülkeleri ile Çin'dir.

Gıda Perakendeciliği

İthal edilen tüm gıda ve içecek ürünlerinin yaklaşık %75'i hipermarketler ve süpermarketler aracılığıyla satılmaktadır. Arjantin'de birçok uluslararası perakende şirketi faaliyet göstermektedir (Carrefour, Wal-Mart, Cencosud-Jumbo, Dia, Grupo Casino). Son birkaç yılda Buenos Aires şehri ve banliyölerinin doygun hale gelmesinin ardından büyük perakende zincirleri ülkenin iç kesimlerine doğru genişlemeye başlamıştır.

Arjantin'in iç kesimlerindeki büyük şehirlerde yeni süpermarket açılışlarına yatırım yapılmaktadır. Bu nedenle ithal gıda ürünleri için özellikle yüksek kalitesi ve imaj konusunda avantajlara sahip olanlara, önemli fırsatlar bulunmaktadır. Ancak süpermarket zincirleri, hükümetin gıda ithalat kısıtlamaları daha esnek hale gelene kadar ithal gıda ve içecek tedarik zincirlerini yeniden oluşturma çabasındadırlar. 2020 yılında Walmart yerel operasyonu De Narvaez Group'a (tanınmış süpermarketlerin eski sahipleri) satmıştır. Bu satış sonrası bir süre marka korunmuş, ancak ABD operasyonunun tarzını korunamamıştır.

Büyük hipermarketler ve süpermarketler (büyük perakende zincirlerinin sahip olduğu depo mağazalar dahil) perakende gıda ve içecek pazarının önemli bir bölümünü (%35) kontrol etse de, daha küçük süpermarketler ve geleneksel mağazalar, yüksek pazar payını (yaklaşık %50) korumuştur. Bu durumun olası nedenleri arasında; daha büyük süpermarketlerin sunduğu promosyon fiyatlarına yaklaşan düşük fiyatlar ve alışveriş kolaylığı ve uygunluğu bulunmaktadır.

Daha küçük süpermarketler ve geleneksel mağazalar, daha büyük ve daha verimli perakendecilere kaptırdıkları pazar payını yavaş yavaş yeniden kazanmaktadır. Bunun nedeni, daha az varlıklı bazı tüketicilerin, sahibi genellikle kredili (veresiye) alışveriş imkânı sağladığından küçük alışverişler için mahallelerindeki geleneksel perakendeciler ile çalışmalarıdır. Perakende sektörünün Arjantin'deki güncel bazı trendleri aşağıdadır;

- Çevrimiçi satışlarda artış (Covid 19 salgını sonrasında %300 artış),
- Özellikle ülkenin iç kesimlerinde perakende gıda pazarına artan yatırım,
- Daha az sayıda yerli marka ancak daha pahalı üst düzey markaların yeniden ortaya çıkışı,
- Kısmen turistlerin yönlendirdiği talebi karşılamak için bulunabilirliği Buenos Aires bölgesinin ötesine yayılan, yurt içinde üretilen özel gıda ürünlerinin artan çeşitliliği,
- Etnik, Kosher, organik ve fonksiyonel gıdaların giderek daha fazla raf alanı kazanması ve bazı süpermarketlerin bu ürünleri öne çıkarmak için özel bölümler oluşturması,
- Tüketiciler gelirlerinin daha büyük bir yüzdesini geleneksel gıdalar veya temel ürünler yerine özel gıdalara ayırması.

Arjantin'de genellikle büyük bazı perakende zincirleri internet ve telefonla satış hizmeti sağlar. Rappi ve PedidosYa gibi üçüncü taraf restoran dağıtım hizmetleri aynı zamanda marketlerden, kiosklardan ve diğer satıcılardan gıda ve içecek ürünlerinin eve teslim edilmesi hizmeti de vermektedir. Çevrimiçi satışların popülaritesi artmaktadır. Arjantin'in COVID-19 salgını sırasında uyguladığı agresif karantinalar, daha fazla orta gelirli tüketicinin çevrimiçi ürün satın almasına neden olmuş ve çevrimiçi alışverişe güven düzeyi artmıştır. Geliştirilmiş cep telefonu uygulamalarına ve web sitelerine rağmen tüketiciler için en büyük dezavantaj, siparişlerin evlerine teslim edilmesi için genellikle birkaç saat beklemek zorunda olmaları ve çoğu durumda ürünlerin stokta olmaması nedeniyle siparişlerin eksik kalmasıdır. Ulusal Nüfus Sayımı ve İstatistik Enstitüsü'ne (INDEC, İspanyolca) göre 2021'de Arjantinlilerin %87'si interneti mobil cihazlar veya evde internet erişimi aracılığıyla kullanmaktadır.

Disco Virtual, Disco Süpermarket'in çevrimiçi hizmetidir ve Jumbo-Cencosud tarafından satın alınmıştır. Bu platform, ilk çevrimiçi süpermarket olması ve rahatlığı nedeniyle yüksek popülerliğe sahiptir. 2018 yılında Coto Digital (Coto Süpermarket'in çevrimiçi hizmeti), Disco Virtual gibi diğer süpermarketlere göre en geniş ürün çeşitliliğine ve daha düşük fiyatlara sahip olmasından dolayı toplam satışların yaklaşık %13'ünü gerçekleştirerek internet gıda perakendeciliğine öncülük etmiştir. Wal-Mart ve Carrefour, çevrimiçi satışları bünyesine katan büyük perakendecilerin sonuncusu olmuşlardır. Nisan 2021 tarihli bir araştırmaya göre, Arjantin'deki yetişkinlerin %36'sı gıda ve içecek satın alırken, COVID-19 salgını öncesinde bu oran yalnızca %14 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu olgu daha varlıklı tüketiciler arasında daha güçlüdür, ancak tüm sosyoekonomik düzeylerde çevrimiçi alışverişin arttığı görülmektedir. Tüketiciler, farklı işletmeler arasındaki fiyatları karşılaştırmak ve kalabalık süpermarketlerde sıraya girmekten kaçınmak gibi çeşitli faydaları algıladıkça, bu eğilimin devam edeceğini öngörülmektedir.

Pazara Giriş Stratejileri

- Mevcut kurallar ve düzenlemeler konusunda yeterli ve güncel bilgilere sahip bir temsilci, acente veya ithalatçı ile işbirliği gerçekleştirilmelidir.
- Çoğu ithalatçı İngilizce konuşsa da basılı materyallerde İspanyolca dili tercih edilmektedir.
- Pazarda yaşanan dalgalanmalardan dolayı uzun vadeli stratejiler geliştirilmelidir.
- Kişiselleştirilmiş bir yaklaşım kullanılmalıdır.
- Üst düzey karar vericilerle iletişime geçilmelidir.
- Hizmet ve teslimatta tutarlılığa dikkat edilmelidir.
- "Hayır"ı cevap olarak kabul etmemeli; sık sık ziyaret ve takiplerde bulunulmalıdır.
- Yazılı bir sözleşme yapılmalıdır.
- Hacimler konusunda esnek olunmalıdır.
- Ticari markalar korunmalı ve tescil ettirilmelidir.
- Yeni ürünlerin kaydı için gerekli belgeler ivedi ve eksiksiz olarak sağlanmalıdır.

Arjantin'de ticari faaliyetlerde bulunmanın bir handikabı, Arjantinli işletmelerin ve vatandaşların Arjantin Pesosunu diğer para birimleriyle, özellikle ABD Doları ile kolayca değiştirmesini engelleyen para birimi kontrolleridir. Bu kontrollerin amacı pesodaki değer kaybının önlenmesidir. İthalatçılar bazen ticaret yapmak için dövize erişimde zorluk yaşamakta ve ithalat iznine ilişkin kural ve prosedürler sıklıkla değişmektedir. Ocak 2023'de resmi döviz kuru 1 ABD Doları başına 178 ABD Doları peso olmasına rağmen, resmi olmayan oran ise 1 ABD Doları başına 322 ABD Doları peso olarak gerçekleşmiştir. Bu iki oran arasındaki fark, ithalatçıların resmi döviz kurunu kullanmak zorunda olmaları nedeniyle, ithal edilen ürünlerin, reel anlamda yerli versiyonlara göre genellikle daha pahalı olmasına rağmen, benzer peso cinsinden fiyatlarla satılabileceği anlamına gelmektedir. Ayrıca, ithal gıda ürünleri enflasyona karşı bir koruma olarak görülmekte, bu nedenle ithalatçılar şu anda yüksek stok seviyelerini korumaya çalışmaktadır.

Arjantin hükümeti, ithalat operasyonlarında öngörülebilirlik ve izlenebilirlik sağlamak için gerekli bilgileri önceden elde etmek amacıyla tasarlanan Arjantin Cumhuriyeti İthalat Sistemini (SIRA) oluşturmuştur. SIRA, ithalatçının ekonomik ve mali kapasitesinin analizine olanak sağlamak ve ithalatçının gümrük ve vergi riskinin bir profilini oluşturmak için kullanılmaktadır. Bu sistem, ithalatın karşılığının ödenmesi için USD kredisine geçilmesinde maksimum bekleme süresini 60 güne indirmiştir. Yeni sistemde önceki sistemden farklı olarak tek hesap, para transferi tarihi ve gerçek zamanlı bakiye kontrolü ve takibi gibi önceki sistemde olmayan tüm özellikler yer almaktadır.

Yeni sistemde prosedür, ithal edilecek ürünün tarife pozisyonuna bağlı olarak Otomatik veya Otomatik Olmayan bir Lisans gerektirecek olan Ulusal Kamu Gelirleri İdaresi'ne (AFIP) bir niyet beyanının sunulmasıyla başlamaktadır. 4 Ekim 2022'de Arjantin Ticaret Sekreterliği, resmi bülteninde çok çeşitli tarım ürünleri, gıda ve içecek de dahil olmak üzere yaklaşık 2.670 HTS kodunu otomatik olmayan ithalat lisansı sistemine (NAIL) tabi tutan kararı yayınlamıştır. Daha önce otomatik ithalat lisansı verilen birçok ürün artık NAIL sistemine tabidir. Zaman zaman yeni sistem kapsamında ithalat lisanslarının reddedildiği bir dizi gıda ve içecek sevkiyatı ile karşılaşılmaktadır. İhracatçılar, herhangi bir ürünü göndermeden önce paydaşlarının ithalat lisansı aldığından emin olmalıdır. Günümüzde ithalat lisanslarının verilmesi oldukça ihtiyari görünmektedir. Ancak ülkenin ödemeler dengesi geliştikçe Arjantin'in ithalat lisansı verme ihtimalinin artacağı değerlendirilmektedir.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay ile tercihli ticaret koşulları sağlayan Mercosur'un (Güney Ortak Pazarı) üyesidir. Uygun tarife oranlarına ek olarak blok, bazı gıda güvenliği ve etiketleme düzenlemelerini de standartlaştırmıştır.

Arjantin Gıda Kanunu (Código Alimentario Argentino - CAA), 1969'da kabul edilen 18284 sayılı Kanun tarafından oluşturulan ve yerel olarak üretilen ve ithal edilen gıda ürünlerini düzenleyen 1971 yılında 2126 Kararnamesi ile yürürlüğe giren teknik düzenlemedir. CAA'nın ana hedefi, Arjantin Ulusal sınırları içerisinde halk sağlığını ve gıda ürünlerinin ticari işlemlerinde iyi niyeti korumaktır. CAA, Mercosur çerçevesinde üzerinde anlaşmaya varılan ve sırasıyla aşağıdakilere ait gıda mevzuatlarını esas alan standartları içermektedir: 1) Avrupa Birliği; 2) Codex Alimentarius; ve 3) ABD Gıda ve İlaç İdaresi (FDA). CAA, Sağlık Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı'nın ortak kararlarıyla kalıcı olarak güncellenmektedir. Arjantin'de gıda ve içecek ithalatını düzenleyen ise üç resmi kuruluştur;

A.Ulusal Tarım ve Gıda Güvenliği ve Kalite Servisi - SENASA - taze, soğutulmuş, ısıl işleme uğratılmış ve dondurulmuş ürünler ve hayvan, bitki ve deniz ürünleri kökenli yan ürünlerle ilgilenir. Aynı zamanda %60'ın üzerinde hayvansal kökenli konserve ürünler ve %80'in üzerinde hayvansal kökenli gıda preparatları da sorumluluk alanındadır. SENASA aracılığıyla ithal edilen ürünler için; onaylı bir yerel ithalatçı, SENASA'dan bir ithalat izni talep eder ve bu izin daha sonra ürünün serbest bırakılması için Gümrüğe sunulur.

Ulusal Gıda Enstitüsü – INAL: Doğrudan insan tüketimi için hazırlanan işlenmiş gıda ürünlerini, gıda takviyelerini ve şarap hariç hem alkollü hem de alkolsüz içecekler yetki alanındadır. INAL aracılığıyla ithal edilen ürünler için, ithalatçı "gıda ürününün kayıt numarasını" (RNPA) aldıktan ve sevkiyat limana varmasını takiben, ithalatçının INAL'e bir "Serbest Dolaşım Sertifikası" için başvurması gerekir. Bu sertifika, malın satışa çıkarılması için Gümrüğe sunulur.

Ulusal Şarap Enstitüsü – INV: Şarap ürünleri üzerinde kontrol uygular. INV aracılığıyla ithal edilen ürünler için, ürün yerel depoya ulaştığında, ithalatçının INV'den bir analiz ve sevkiyat kontrolü talep etmesi gerekir. INV daha sonra bir "Serbest Dolaşım Sertifikası" düzenler. Bundan sonra ürün pazarlanmaya hazır hale gelir. Her kuruluş, ithal edilen ürünleri kaydetmek için özel belgelere ihtiyaç duyar ve yerel ithalatçı/bayinin kayıt sürecini tamamlaması gerekir. Gönderi gümrüğe ulaştığında ürünler incelenerek (etiket, raf ömrü, sıcaklık vb.) dosyalarındaki bilgilerin gerçek gönderiyle eşleşip eşleşmediği kontrol edilir. Her şey doğruysa yük serbest bırakılır.

Arjantin pazarı için gıda ürünlerinin içerdiği unların zenginleştirilmesi/kuvvetlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, Kasım 2021'de Arjantin, Pan-Amerikan Sağlık Örgütü tarafından desteklenen bir dizi etiketleme yasasını onaylamış ve yürürlüğe sokmuştur. 2023 itibari ile uygulama yönetmelikleri hâlâ taslak aşamasında olmakla birlikte ürünün şeker, yağ ve sodyum içeriğine bağlı olarak ek etiketleme gerekli olabilmektedir.

Pazar ve Tüketici Trendleri

Arjantinli tüketiciler rasyonel, pratik, rafine ve talepkârdır. İşlerin daha hızlı, daha kolay, daha sağlıklı ve daha ucuz olmasını isterler. Arjantinlilerin çoğu günde dört öğün tüketir; kahvaltı (07:00), öğle yemeği (12:00), "merienda" adı verilen akşam atıştırmalıkları (17:00) ve geç akşam yemeği (21:30). Modern Arjantinlilerin büyük bir kısmı, 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında, özellikle İtalya ve İspanya'dan gelen büyük Avrupalı göçmen dalgası orijinli veya onlarla özdeşleşmiş bireylerdir. Arjantin aynı zamanda büyük bir uluslararası buğday ve sığır eti üreticisidir. Geleneksel olarak Arjantin damak tadı çok muhafazakârdır ve öncelikle Avrupa'dan etkilenmiştir. Arjantinlilerin çoğu hala sığır eti, patates, salata ve makarnanın hakim olduğu bir beslenme biçimini uygulamaktadır. Piyasadaki işlenmiş gıda ürünlerinin çeşitliliği diğer sanayileşmiş ülkelere göre daha sınırlıdır. Acı ve/veya baharatlı yiyecekler çok popüler değildir. Y kuşağı ABD kültüründen daha çok etkilenmiş olan bireylerdir ve hâlihazırda özellikle kahvaltıda Amerikan ürünlerini içeren tüketim alışkanlıklarına sahiptir. Bu tüketim tarzı, son yıllarda daha yoğunlaşan ve artan bir alışkanlıktır.

Tüketicilerin gıda perakende alışverişlerinde karar vericilerin onda sekizi kadın ve dörtte üçü 36 yaş ve üzeri kişilerdir. Çocuklar ailenin yiyecek alımlarında önemli bir rol oynar. Orta ve üst sınıf ailelerin %80'inden fazlasında mikrodalga fırın ve dondurucu bulunur. Daha küçük, bireysel paketlere ve daha kullanışlı gıda ürünlerine olan talep artmaktadır.

Daha yüksek gelir grubundan olan tüketiciler toplam nüfusun yaklaşık %20'sini oluşturur. Bu tüketiciler premium ürün ve markalar satın alır. Sağlık bilincine sahip ve daha pahalı ürünlere yönelen bir gruptur. Son birkaç yılda premium gıda ve içecek tüketimi toplam gıda ve içecek satışlarının %10'undan fazlasına ulaşmıştır. Bu yüksek ve orta gelirli tüketiciler, ithal gıda ve içecekleri satın almak için yeterli gelir düzeyine sahip olup, yaklaşık 5 milyon kişilik bir pazarı temsil etmektedirler. Bu segment değer olarak ülkenin toplam gelirinin %65'inden fazlasını ve ekonomik değer olarak gıda ve içecek alımlarının yaklaşık %40'ını gerçekleştirirler. Toplam nüfusun yaklaşık %25'ini oluşturan orta sınıf tüketiciler, tanınmış markaları satın alır ve değere odaklanırlar. Nüfusun yaklaşık %50'ini oluşturan daha az varlıklı alıcılar nadiren ithal gıda satın alırlar. Özellikle Buenos Aires bölgesinde sağlıklı gıda hareketi ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak sağlıklı, doğal, yenilikçi ve aynı zamanda fonksiyonel gıda olarak pazarlanan gıdaların popülaritesi artmaya devam etmektedir. Daha genel anlamda, özellikle Y kuşağı arasında sağlık ve iyi beslenme konusunda açık bir endişe vardır. Bununla birlikte, zengin mahallelerde özel mağazaların çoğalmasına rağmen, ortalama Arjantinli tüketici fiyat odaklıdır ve ihtiyacı olmayan veya açık bir faydası olmayan bir ürün için daha fazla ödemeye hazır değildir. Arjantin'de organik gıda için küçük ama büyüyen bir pazar bulunmaktadır. Bu eğilim en çok yüksek gelirli tüketiciler arasında belirgindir ve organik meyve ve sebze tüketicilerinin bir kısmı vejetaryendir. Bitki bazlı ürünler ve et ikameleri, özellikle gençler arasında güçlü bir büyüme göstermektedir. Beyond Meat TM, 2021 yılında Arjantin pazarına başarılı bir giriş yaparak süpermarket segmentine girmiş, 2022 yılında satışlarını ikiye katlamış, aynı zamanda benzer ürünlere de kapı açmıştır. Bitki bazlı gıda ve içeceklerin birçok yerel satıcısı bulunmakla birlikte

uluslararası pazardaki benzer ürünlerle karşılaştırıldığında kalite ve teknoloji açısından hala bir boşluk bulunmaktadır. Yeni markaların yerleşmesi için hala bir fırsat vardır. Bitkisel bazlı peynirler (mozzarella dışında), yoğurtlar, sosisler vb. gibi henüz piyasada olmayan bazı ürünler için iyi bir potansiyelin bulunduğu belirtilebilir.

Arjantinliler dışarıda yemek yemeyi sosyal bir etkinlik olarak görme eğilimindedir ve hafta sonları restoranlarda etkinlikler ve kutlamalar popülerdir. İş yemekleri, toplu tüketim ve ev dışı tüketimde hafta içi taleplerinin genelini oluşturur. Gıda dağıtım ve servis hizmetleri ilgi görmektedir. Genellikle pizza, empanadas (doldurulmuş turtalar) ve dondurmaya yönelik bu servisler, aynı zamanda birçok restoranın hayatta kalabilmek için kendilerini yeniden gözden geçirmek ve yenilemek zorunda kaldığı COVID-19 salgınına yanıt olarak adrese teslimat hizmetlerinde gelişme göstermişlerdir. İşçiler genellikle öğle yemeğini yakınlarındaki bir restoranda yerler veya bir teslimat servisini ararlar. Ayrıca, yalnızca yurt içinde üretilen hamur işleri, ekmekler, şarküteri ürünleri ve peynirleri satan daha temel seçeneklerden, özel yapım ekmek ve ithal ürünler satan daha lüks seçeneklere kadar şarküteri ve pastanelerin sayısı da artmaktadır. Orta ve üst sınıf müşterilere yönelik gurme restoranların açılması yönünde yeni bir trend vardır. Gurme hamburgerler de çok trend bir tüketimdir. Çok popüler olmasa da, Buenos Aires'te çok sayıda etnik restoran (Meksika, Tayland, Peru, Japon, Kore, Macar, İran, Hint, Yahudi, Rus ve diğerleri) bulunabilir. Ayrıca belirli gıda maddelerine odaklanan temalı restoranlar da popülerdir.

Gazlı içecekler ve toz meyve suları çocuklar ve yetişkinler arasında oldukça popülerdir. Diyet gazozlar çok yaygın tüketilen ürünlerdir. Aromalı gazlı içecekler ve sular, şekerli içeceklerin yerini alarak popülerlik kazanmaya başlamıştır. Kahve, çay ve "gaucho çayı" (yerba mate) çok popülerdir. Café Martinez, Coffee Store, Starbucks vb. gibi yeni zincirlerin genişlemesiyle birlikte kahve dükkânlarını şehrin her yerinde bulmak mümkün hale gelmiştir. Son zamanlarda kentsel alanlarda, farklı kahve türlerinin sunulduğu özel kahve mağazalarının varlığı giderek artmaktadır. Şarap ve bira açık ara en popüler alkollü içeceklerdir ve akşam yemeği, alkollü içecekler için tercih edilen zamandır. Y kuşağı arasında köpüklü şarap tüketiminin yanı sıra burbon, votka ve cin gibi diğer alkollü içkilerin tüketimi de artmıştır. İthal şarap, ithal bira ve alkollü içkilere göre daha az bulunur. Butik bira barları, birayı çeşitli atıştırmalıklarla birlikte tüketmenin trend olduğu Y kuşağı arasında oldukça popülerdir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	486,7	632,24	641,1	638,58	635,71	650,14	680,51	712,15
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	10,4	5,2	0,2	2	2	2	2	2
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- $)	10.617	13.655	13.709	13.520	13.326	13.494	13.984	14.490
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort,%)	48,4	72,4	98,6	60,1	46,9	42,1	37,1	32,5
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	1,4	-0,7	1	0,8	0,7	0,5	0,7	1
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	8,8	7	7,6	7,4	7,4	7,4	7,4	7,4
Nüfus (milyon)	45,84	46,3	46,76	47,23	47,7	48,18	48,66	49,15
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı(%)	80,9	84,5	76,3	73,6	73,3	70,7	67,9	65,4

*Tahmin Kaynak: IMF

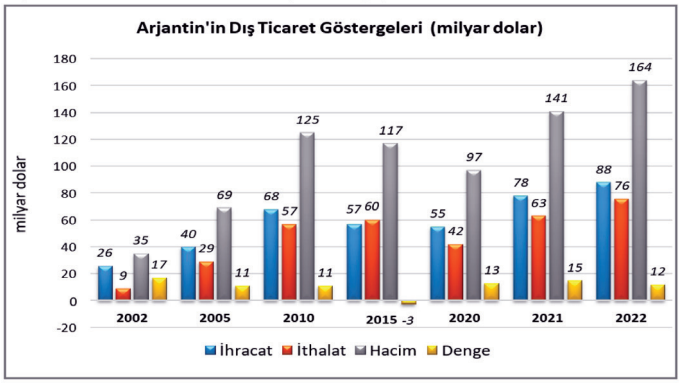
Arjantin, Brezilya ve Meksika'nın ardından Latin Amerika'nın 3. büyük ekonomisidir. 2023 yılında cari fiyatlara göre, 641 milyar dolar olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 639 milyar dolar olması beklenmektedir. Arjantin'in, cari fiyatlara göre, 2023 yılında 196 ülke arasında dünyanın 23. büyük ekonomisi olacağı tahmin edilmektedir. 2023 yılında sabit fiyatlara göre %0,2 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında % 2 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

Yaklaşık 47,3 milyon nüfusu olan Arjantin'de, cari fiyatlara göre, 13.709 dolarlık kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 69. sırada yer almaktadır. Gelir dağılımındaki uçurumlara rağmen, Latin Amerika ülkelerindeki kişi başına gelirin en yüksek olduğu ülkeler arasındadır.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Arjantin, 2022 yılında 88,2 milyar dolarlık (%13,4 artan) ihracatla dünyada %0.4 pay ile 43. sırada ve 76,1 milyar dolarlık (%20,5 artan) ithalatla dünyada %0.3 pay ile 48. sıradadır.

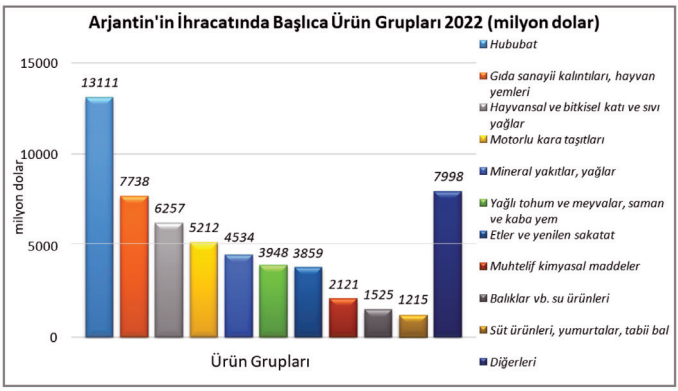


Kaynak: Trademap

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

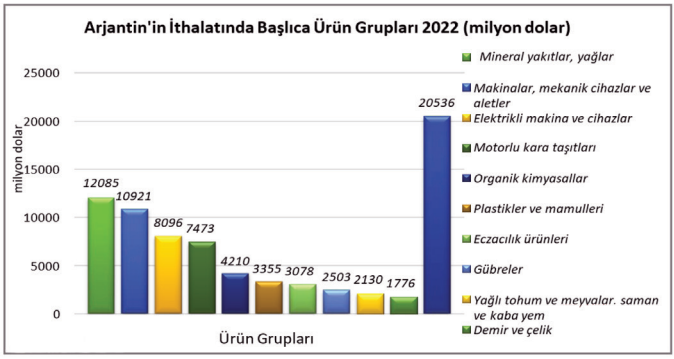
2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; mısır, soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar, soya yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş), eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar (kamyon-kamyonet), buğday ve mahlut, soya fasulyesi, ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar), sığır eti (dondurulmuş), biodizel ve bunların karışımları ve otomobillerdir.



Kaynak: Trademap

İthalat

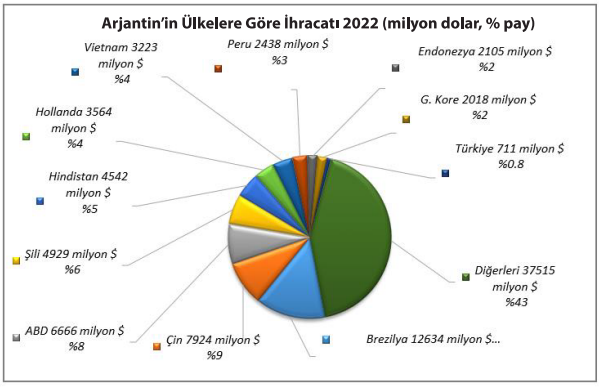
2022 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, telefon cihazları, soya fasulyesi, otomobiller, insan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler, azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler, bilgisayarlar ve dozlandırılmış ilaçlardır.



Kaynak: Trademap

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

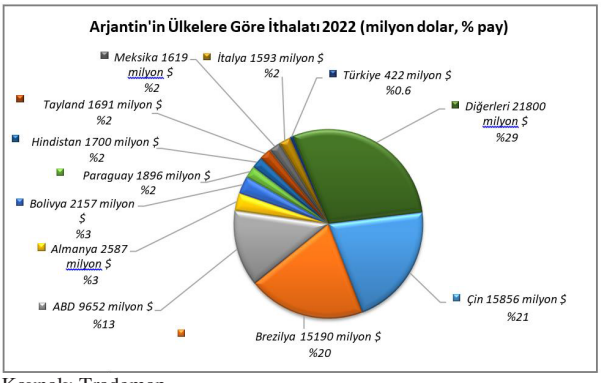
İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat

İthalat yaptığı başlıca ülkeler Çin, Brezilya, ABD, Almanya, Bolivya, Paraguay,- Hindistan, Tayland, Meksika ve İtalya'dır. Ülkenin ithalatında Türkiye %0,6 pay ile 30. sıradadır.



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü
Doğrudan Yabancı Yatırım İstatistikleri, Milyon Dolar

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım (milyon $)	6 782	17 809	13 372	12 888	12 800	14 000	15 200
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (%)	1,39	2,80	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon $)	99 890	117 699	131 071	143 959	156 759	170 759	185 959
Ülke dışına giden doğrudan yatırım (milyon $)	- 1 362	- 1 600	- 1 440	- 1 584	- 1 663	- 1 746	- 1 834
Ülke dışına yapılan doğrudan yatırım stoku (milyon $)	42 452	44 052	45 492	47 076	48 739	50 486	52 319

*Tahmin Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

Ülkede en çok yatırım yapılan alanlar petrol üretim ve dağıtımı, iletişim, bankacılıktır. Kimya sektöründe görülen yatırımlar ise yine petrol ve gaz sektöründen hammadde kullanmak amacıyla yapılmıştır. Arjantin, bugünkü sanayi yapısı itibarıyla uluslararası piyasalara hammadde ve yarı işlenmiş madde sağlayan bir ülke konumundadır.

Yabancı yatırım stoku sektörler itibarıyla incelendiğinde ülkeye yapılan yatırımlarda petrol ilk sırayı almaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar stokunun yaklaşık dörtte biri bu sektöre yönelmiştir. İmalat sanayi içinde kimya ve plastik, otomotiv ve metal önemli yatırım alanlarıdır. Uygulanan politikaların bir sonucu olarak hizmet sektörüne yapılan yatırımlar göreceli olarak düşük düzeyde bulunmaktadır. İletişim, ulaştırma ve ticaret sektörleri hizmet sektörü içinde yabancı yatırımların yapıldığı en önemli alanları oluşturmaktadır. Ülkeye giren yabancı sermaye büyük ölçüde madencilik, petrol, kimya, kauçuk, plastik, otomotiv, gıda, makine, ticaret, bankacılık ve iletişim sektörlerine yönelmiştir.

Önümüzdeki dönemde de enerji sektörü ile madencilik ve tarım sanayilerinin yabancı sermaye çekmeye devam edeceğine kuşku yoktur. Enerji sektöründe petrol ve doğalgazın yanında biodizel yatırımları da ciddi bir artış potansiyeli taşımaktadır. Ülkenin zengin bir tarımsal üretim potansiyeline sahip olması ve işlenmiş tarım ürünlerinin ihracatına yönelik teşvik politikaları sayesinde tarıma dayalı sanayiye yabancı sermaye girişi devam edecektir.

Serbest Bölgeler

Gerekli ücretleri ödemek kaydıyla özel ya da tüzel, yerli ya da yabancı her şahıs serbest bölgelerde faaliyette bulunabilmektedir. Başka yerlerde de ticari faaliyeti olan kişilerin serbest bölge faaliyetlerini ayrı olarak muhasebe kaydına alması zorunludur.

Serbest bölgelerde uyulacak kuralların belirlenmesi ve denetimlerin sağlanmasında Federal Merkezi Hükümet ile yerel hükümetler arasında koordinasyonun sağlanması açısından serbest bölge yönetim örgütünde her iki kesimden de temsilciler yer almaktadır. Yine de genel kuralların belirlenmesinde Merkezi Hükümetin ağırlığı tartışmasızdır. Serbest bölge işleticileri ise özel ya da karma bir yapı göstermektedir.

Arjantin'deki Serbest Bölgeler

Eyalet	Bölgenin Adı	Sorumlu Gümrük Bölgesi
Buenos Aires	La Plata	La Plata
San Luis	Justo Daract	San Luis
Tucumán	Cruz Alta	Tucumán
Córdoba	Córdoba	Córdoba
Mendoza	Luján de Cuyo	Mendoza
La Pampa	General Pico	Bahía Blanca
Chubut	Comodoro Rivadavia	Comodoro Rivadavia
Salta	Salta	Salta
Misiones	Iguazú	Iguazú

1996 yılında kurulan Buenos Aires Eyaletinin La Plata ve San Luis Eyaletinin Justo Daract serbest bölgeleri ülkede faaliyete geçen ilk serbest bölgelerdir. En son 2002 yılında açılan Iguazú serbest bölgesiyle birlikte günümüzde ülkenin farklı yerlerinde faaliyet gösteren toplam 9 tane serbest bölge bulunmaktadır.

Arjantin'de serbest bölgeler ihracat ağırlıklı olarak faaliyet göstermektedir. Özellikle ülkedeki ihracat vergisi uygulaması dolayısıyla firmalar ihracatlarını mümkün olduğu kadar serbest bölgeler aracılığıyla yürütmeye çalışmaktadır. Üçüncü ülkelere yapılacak ihracat açısından serbest bölgeler ihracat vergisinden kurtulmak için bir nevi ara kademe olarak kullanılmakta; mallar önce serbest bölgeye ihraç edilmekte ve orada depolandıktan ya da küçük işlemlerden geçirildikten sonra üçüncü ülkelere yollanmaktadır.

Tierra del Fuego Özel Bölgesi

19640 sayılı Kanunla yönetilen sanayi teşvik rejimi uyarınca, Tierra del Fuego Ulusal Bölgesi'nde yürütülen faaliyetler veya bu Bölge'de bulunan varlıklar tüm ulusal vergilerden muaf tutulmaktadır. (Bazı özel vergiler indirimli olarak uygulanmaktadır).

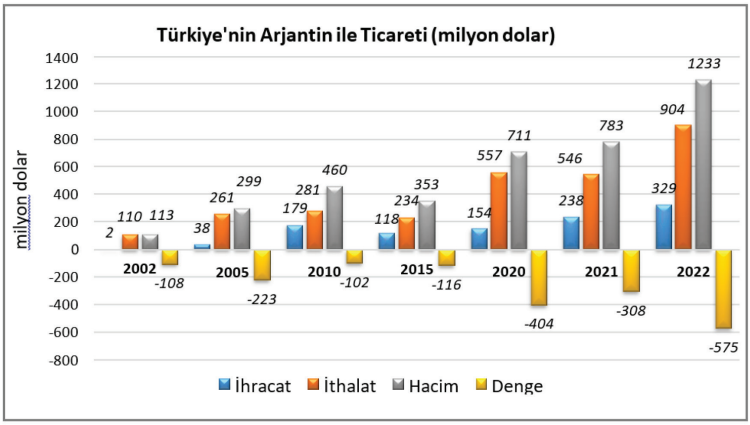
Bu kapsamda, gümrük vergilerine yönelik olarak da ithalat ve ihracatta uygulanan vergilerden muafiyet veya indirim sağlanmakta olup, anılan muafiyetlerden faydalanabilmek için, faaliyetlerin Tierra del Fuego'nun topraklarında gerçekleşmesi gerekmektedir. Özellikle cep telefonu başta olmak üzere ülkede satılan elektrikli ve elektronik eşyaların büyük bir kısmı Tierra del Fuego'da üretilmektedir. Bununla birlikte, yaratılan katma değerin oldukça düşük düzeyde kaldığı ve bölgede üretim faaliyetinin birçok üründe paketleme aşamasından ileriye geçemediği bildirilmektedir.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

2022 yılında; Arjantin'e ihracatımız 329 milyon dolar (bir önceki yıla göre % 38 artış), ithalatımız 904 milyon dolar (bir önceki yıla göre % 66 artış) olup, Arjantin ile ticarette Türkiye'nin 575 milyon dolar dış ticaret açığı verdiği gözlenmektedir.

Türkiye-Arjantin Dış Ticareti

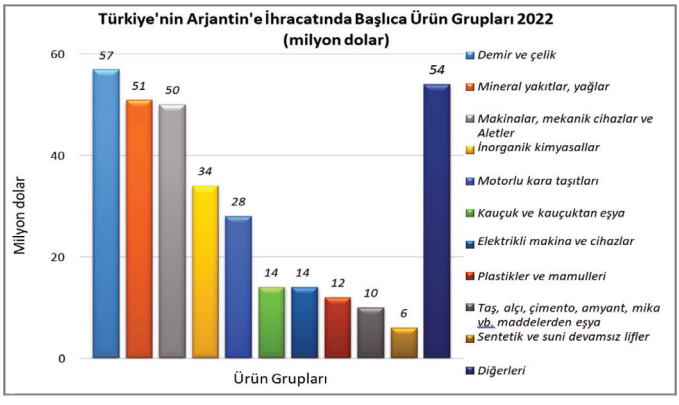


Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Arjantin'e İhracatında Başlıca Ürünler

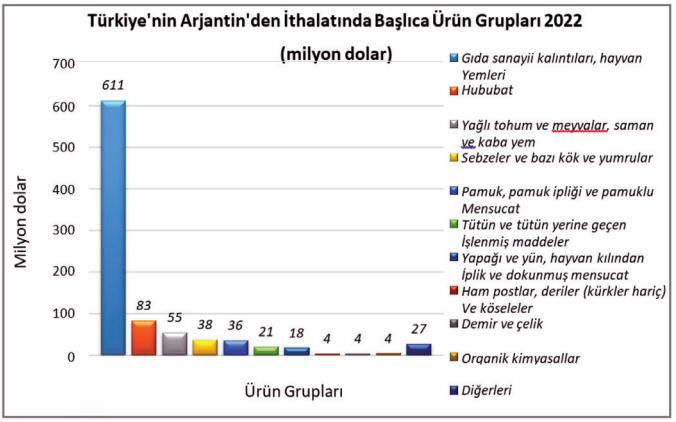
Arjantin'in 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- Demir veya alaşımsız çelikten profiller (GTİP:7216) ithalatının %34'ü (35 milyon $)
- Karbonat; peroksikarbonat; amonyum karbonat içeren ticari amonyum karbonat (GTİP:2836) ithalatının %19'u (20 milyon $)
- Petrol koku, petrol bitümeni ve petrol yağlarının veya bitümenli minerallerden elde edilen yağların diğer kalıntıları (GTİP:2713) ithalatının %11'i (13 milyon $)
- Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kaya gan taşı hariç), mozik için küp şeklinde taşlar, granüller (GTİP:6802) ithalatının %38'i (11 milyon $)
- Sülfatlar; şaplar; peroksisülfatlar (persülfatlar) (GTİP:2833) ithalatının %19'u (11 milyon $)
- İnşaat demiri (GTİP:7214) ithalatının %11'i (8 milyon $)
- Sentetik devamsız lifden iplik (dikiş ipliği hariç) (toptan) (GTİP:5509) ithalatının %9'u (6 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde) (GTİP:7213) ithalatının %16'sı (6 milyon $)
- Metalleri dövme, çekiçleme, kalıpta dövme, kesme, taslak çıkartma, şatafatlama, karbürleri işlemeye mahsus takım tezgahları (GTİP:8462) ithalatının %7'si (4 milyon $)
- Sentetik filament demetleri (GTİP:5501) ithalatının %29'u (4 milyon $) Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Arjantin'den İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1: Arjantin'in İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			54 883 822	77 838 728	88 268 232	100	13,4
1.	1005	Mısır	6 046 745	9 064 172	8 605 879	9,7	-5,1
2.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalanküspe ve katı atıklar	7 504 563	11 351 328	7 049 737	8	-37,9
3.	1507	Soya yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	3 739 199	6 930 380	5 068 311	5,7	-26,9
4.	8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	2 027 179	3 315 107	3 601 564	4,1	8,6
5.	1001	Buğday ve mahlut	2 029 494	2 973 036	3 120 222	3,5	5
6.	1201	Soya fasulyesi	2 186 202	2 691 453	3 071 218	3,5	14,1
7.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	570 360	1 841 724	2 887 659	3,3	56,8
8.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	2 058 598	1 985 630	2 574 152	2,9	29,6
9.	3826	Biodizel ve bunların karışımları (petrol yağları veya bitümenli mineral yağoranı <%70 veya hiç içermeyen)	467 977	1 538 279	1 758 619	2	14,3
10.	8703	Otomobiller	362 532	1 046 864	1 278 366	1,4	22,1
11.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	323 480	524 036	1 096 048	1,2	109,2
12.	7108	Altın (platin kaplamalı altındahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudrahalinde)	1 071 168	855 807	918 781	1	7,4
13.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı,taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş,tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	842 394	1 211 814	903 508	1	-25,4
14.	1003	Arpa	447 040	607 349	873 186	1	43,8
15.	1512	Ayçiçeği, aspir, pamuk tohumu yağları ve bunlarınfraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	312 835	764 469	837 265	0,9	9,5

Kaynak: Trademap, Arjantin ülke verileri

EK-2: Arjantin'in İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			42 355 637	63 183 753	76 162 545	100	20,5
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	876 426	2 864 139	6 396 615	8,4	123,3
2.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	1 196 708	2 153 035	4 062 684	5,3	88,7
3.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	1 634 530	2 932 652	3 500 280	4,6	19,4
4.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgilerialmaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	1 431 747	2 052 006	2 530 819	3,3	23,3
5.	1201	Soya fasulyesi	1 982 370	2 623 687	2 022 369	2,7	-22,9
6.	8703	Otomobiller	1 614 996	1 694 122	1 944 965	2,6	14,8
7.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı,serum, aşı, toksin vb.Ürünler	904 658	1 956 377	1 628 691	2,1	-16,7
8.	3105	Azot, fosfor ve potasyumunikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler	568 282	1 098 167	1 390 897	1,8	26,7
9.	8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen makineler	895 967	1 507 207	1 267 021	1,7	-15,9
10.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1 065 899	1 137 716	1 237 296	1,6	8,8
11.	3102	Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	487 611	1 073 775	969 432	1,3	-9,7
12.	2931	Diğer organo-inorganik bileşikler	428 340	626 696	916 322	1,2	46,2
13.	2716	Elektrik enerjisi	288 756	306 036	773 251	1	152,7
14.	2601	Demir cevherleri ve konsantreleri	339 266	1 050 593	729 994	1	-30,5
15.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici,bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	653 752	649 493	705 956	0,9	8,7

Kaynak: Trademap, Arjantin ülke verileri

EK-3: Arjantin'in Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%,2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		54 883 822	77 838 728	88 268 232	100	13,4
1.	Brezilya	7 941 610	11 761 549	12 633 621	14,3	7,4
2.	Çin	5 244 394	6 154 212	7 924 382	9	28,8
3.	ABD	3 309 515	4 991 829	6 666 120	7,6	33,5
4.	Şili	2 890 384	4 176 196	4 929 082	5,6	18
5.	Hindistan	2 507 528	4 293 273	4 542 232	5,1	5,8
6.	Hollanda	1 593 313	2 984 086	3 563 505	4	19,4
7.	Vietnam	2 850 893	3 220 919	3 222 731	3,7	0,1
8.	Peru	1 377 829	1 995 216	2 438 227	2,8	22,2
9.	Endonezya	1 318 191	1 862 980	2 104 725	2,4	13
10.	G. Kore	691 446	1 720 166	2 017 766	2,3	17,3
11.	İspanya	1 102 833	1 846 778	1 730 850	2	-6,3
12.	Cezayir	1 095 321	1 467 377	1 597 328	1,8	8,9
13.	Uruguay	1 076 693	1 366 274	1 568 941	1,8	14,8
14.	Malezya	945 388	1 426 079	1 490 771	1,7	4,5
15.	Kolombiya	586 730	1 129 701	1 424 450	1,6	26,1
…	…	…	…	…	…	…
29.	**Türkiye**	**517 668**	**557 298**	**711 199**	**0,8**	**27,6**

Kaynak: Trademap, Arjantin ülke verileri

EK-4: Arjantin'in Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%,2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		42 355 637	63 183 753	76 162 545	100	20,5
1.	Çin	8 656 340	13 525 039	15 855 696	20,8	17,2
2.	Brezilya	8 685 285	12 442 342	15 190 063	19,9	22,1
3.	ABD	4 414 057	5 922 119	9 651 640	12,7	63
4.	Almanya	1 987 983	2 527 152	2 587 180	3,4	2,4
5.	Bolivya	1 030 444	1 054 925	2 157 463	2,8	104,5
6.	Paraguay	2 217 872	2 914 633	1 895 972	2,5	-34,9
7.	Hindistan	800 997	1 393 779	1 699 535	2,2	21,9
8.	Tayland	999 297	1 553 260	1 690 714	2,2	8,8
9.	Meksika	945 641	1 403 147	1 619 421	2,1	15,4
10.	İtalya	1 007 191	1 312 448	1 592 717	2,1	21,4
11.	Uruguay	374 791	564 961	1 244 811	1,6	120,3
12.	Vietnam	754 495	1 184 386	1 184 979	1,6	0,1
13.	İspanya	705 567	1 083 613	1 176 115	1,5	8,5
14.	Japonya	723 680	1 140 318	1 131 564	1,5	-0,8
15.	Fransa	781 898	1 002 650	1 039 012	1,4	3,6
…	…	…	…	…	…	…
30.	**Türkiye**	**196 183**	**312 978**	**422 125**	**0,6**	**34,9**

Kaynak: Trademap, Arjantin ülke verileri

Ek-5: Türkiye'nin Arjantin'e İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			153 795	237 767	329 199	100	38,5
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	122	206	51 147	15,5	24728,6
2.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	20 314	41 697	43 148	13,1	3,5
3.	2836	Karbonat; peroksikarbonat; amonyum karbonat içeren ticari amonyum karbonat	502	1 778	27 028	8,2	1420,1
4.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	7 123	15 138	20 271	6,2	33,9
5.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozik için küp şeklinde taşlar, granüller	3 266	5 462	9 159	2,8	67,7
6.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	335	1 200	6 680	2	456,7
7.	8429	Buldozerler, greyderler, topraktesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler,yol silindirleri vb	1 550	3 088	6 136	1,9	98,7
8.	5509	Sentetik devamsız lifden iplik (dikiş ipliği hariç) (toptan)	6 195	6 138	6 031	1,8	-1,7
9.	8462	Metalleri dövme, çekiçleme, kalıpta dövme, kesme, taslakçıkartma, karbürleri işlemeye mahsus takım tezgahları	1 052	2 286	4 555	1,4	99,3
10.	8413	Sıvılar için pompalar (ölçü tertibatı olsun olmasın) ve sıvı elevatörleri	2 183	2 977	4 543	1,4	52,6
11.	8703	Otomobiller	3 763	1 138	4 489	1,4	294,5
12.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	1 018	7 458	4 486	1,4	-39,8
13.	8414	Hava veya vakum pompaları, havaveya diğer gaz kompresörleri, fanlar, aspiratörü olan havalandırmaya mahsus davlumbazlar	2 365	3 088	4 046	1,2	31
14.	8516	Elektrikli su ısıtıcıları, elektrotermik cihazlar, ortam ısıtıcıları, saç ve el kurutucuları, ütüler, rezistanlar	5 303	4 811	3 865	1,2	-19,7
15.	4002	Sentetik kauçuk veya sıvı yağlardan türetilen taklit kauçuk (ilk şekillerde, veya levha, tabaka, şerithalinde)	318	0	3 817	1,2	0

Kaynak: Trademap, Türkiye verileri

Ek-6: Türkiye'nin Arjantin'den İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			557 478	545 659	904 099	100	65,7
1.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	339 315	362 203	611 438	67,6	68,8
2.	1005	Mısır	26 211	16 358	52 177	5,8	219
3.	0713	Kuru baklagiller (kabuksuz) (taneleri ikiye ayrılmış)	49 205	35 794	37 512	4,1	4,8
4.	5201	Pamuk (karde edilmemiş veya penyelenmemiş)	14 498	19 366	35 933	4	85,5
5.	1201	Soya fasulyesi	0	0	34 497	3,8	0
6.	1001	Buğday ve mahlut	0	0	22 520	2,5	0
7.	2401	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	15 914	15 153	20 927	2,3	38,1
8.	5105	Yün, ince veya kaba hayvan kılları (kardeli/taranmış)	13 221	8 356	16 307	1,8	95,2
9.	1202	Yer fıstığı	14 639	11 403	16 166	1,8	41,8
10.	1006	Pirinç	13 379	3 192	8 659	1	171,3
11.	7202	Ferro alyajlar	265	1 445	4 316	0,5	198,7
12.	4101	Sığır (bufalo dahil) ve at cinsi hayvanların ham post ve derileri	4 214	333	4 303	0,5	1192,2
13.	3201	Debagatte kullanılan bitkisel menşeli hülasalar, tanenler ve bunların tuzları, esterleri ve diğer türevleri	1 946	2 453	3 476	0,4	41,7
14.	1206	Ayçiçeği tohumu	24 768	29 230	3 178	0,4	-89,1
15.	2905	Alkoller ve bunların halojenlenmiş, sülfolanmış, nitrolanmış veya nitrozalanmış türevleri	672	752	2 665	0,3	254,4

Kaynak: Trademap, Türkiye verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN ARJANTİN'E İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON.REZENE.KİŞNİŞ.KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	96.899	
BAKLİYAT KIRMIZI MERCİMEK	142.372	23.600
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	59.216	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	59.488	53.077
HUBUBAT MISIR	1.790	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	58.295	
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	159.626	
Genel Toplam	**577.686**	**76.677**

ARJANTİN'İN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	16,978	3,024	10,902
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	2.829,14	2.396,75	5.511,02
Değirmencilik	4,759	84,146	25,894
Diğer Gıda Müstahzarları	465,233	623,206	564,024
Hububat	35,094	43,6	80,65
Pastacılık Ürünleri	8,014	7,841	6,694
Şeker ve Şeker Mamulleri	254,408	272,866	278,772
Un ve Unlu Mamuller	81,777	93,211	96,888
Genel Toplam	**3.695**	**3.525**	**6.575**

ARJANTİN'İN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	Avustralya	14,503	8,49	5,016
2	Tayland	4,841	4,261	4,872
3	Filipinler	5,606	2,769	4,327
4	Polonya	3,693	3,467	4,283
5	Arjantin	3,417	2,834	3,444
6	İrlanda	4,147	4,028	3,3
7	Yeni Zelanda	2,03	3,065	2,785
8	Macaristan	1,595	1,67	2,232
9	Guatemala	1,427	1,562	2,158
10	Sri Lanka	2,056	2,347	2,139
11	**Türkiye**	**3,022**	**2,189**	**1,744**

BOLİVYA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

BOLİVYA

1. GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Bolivya Çokuluslu Devleti
Nüfus	12,13 milyon (2023, IMF, Tahmini)
Dil	İspanyolca (resmi), Quechua (resmi), Aymara (resmi) ve diğer yerel diller
Yüzölçümü	1.098.580 km^2
Başkent	La Paz
Başlıca Şehirleri	Santa Cruz(1.453), Sucre (260), El Alto(844), Oruro (264), La Paz (764), Tarija (205), Cochabamba (630), Potosi(189)
Yönetim Şekli	Anayasal Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Luis Arce Catacora
Para Birimi	Boliviyano (Bs)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

CAN, CD, CELAC, FAO, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC (ulusal komiteler), ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, LAES, LAIA, MERCOSUR (ortak), MIGA, NAM, OAS, OPANAL, OPCW, PCA, UN, UNAMID, UNASUR, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, Union Latina, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Güney Amerika'nın ortasında yer alan ve denize kıyısı olmayan Bolivya, Brezilya, Arjantin, Paraguay, Şili ve Peru ile komşudur.

Siyasi ve İdari Yapı

Bolivya Devleti, 1825 yılında İspanya'nın egemenliğine son veren ve ülkeye bağımsızlığını kazandıran Simon Bolivar ile anılmaktadır. 1982 yılında demokrasi ilan edilmiştir.

Ülke idari olarak dokuz eyalete (Beni, Chuquisaca, Cochabamba, La Paz, Oruro, Pando, Potosi, Santa Cruz ve Tarija), eyaletler illere, iller bölgelere (seccion) ve kantonlara ayrılmıştır. Merkezi idare, eyaletlerde devlet başkanı tarafından atanan vali tarafından temsil edilmekte, illerin yönetiminin başında vali yardımcısı bulunmaktadır. Ayrıca her ilde belediyelerden oluşan yerel idareler mevcuttur. Belediye meclisleri, halk tarafından doğrudan seçilmektedir. Bolivya'da genel seçimlerde ülke çapında %3'lük oy barajını geçemeyen siyasal partiler statüsünü kaybetmekte ve bir sonraki seçimlere katılamamaktadır.

Bolivya'da Devlet Başkanı ve Başkan Yardımcısı, 5 yıllık bir dönem için halk tarafından (1. tur), ya da Meclis tarafından (2. tur) seçilmektedir. Meclisin iki biriminden biri olan Temsilciler Meclisinde 5 yıl görev yapan 130 üye, Senatörler Meclisinde ise 36 üye mevcuttur. 2009 yılında ülkenin Bolivya Cumhuriyeti olan resmi adı ülkedeki farklı etnik grupların varlığı göz önüne alınarak, Bolivya Çokuluslu Devleti olarak değiştirilmiştir.

Bolivya başkanlık sistemi ile yönetilmektedir. Devlet başkanı aynı zamanda hükümetin de başkanıdır. Yasama faaliyetlerinin iki meclisli parlamento tarafından yürütüldüğü ülkede yargı, yasama ve yürütme karşısında bağımsızdır. Devlet başkanı ve yardımcısı genel oyla doğrudan halk tarafından beş yıllığına seçilmektedir.

Nüfus ve İstihdam

2023 yılında 12,13 milyon kişi ile dünyada 79. sırada yer alan Bolivya nüfusunun 2028 yılında 13 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir.

Bolivya, uzun yıllardır ülkedeki yoksulluk, politik ve sosyal istikrarsızlık gibi sebeplerle Arjantin, Brezilya, Şili, İspanya ve ABD gibi ülkelere işgücü ihraç etmektedir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Bolivya'nın başlıca doğal kaynakları; Kalay, doğal gaz, petrol, çinko, volfram, antimon, gümüş, demir, kurşun, altın, kereste ve hidroelektriktir. Ülkenin başlıca tarım ürünleri; soya fasulyesi, kahve, koka, pamuk, mısır, şeker kamışı, pirinç, patates ve Brezilya cevizi olmakla beraber; imalat sanayi madencilik, döküm, petrol, gıda, tütün, el sanatları, hazır giyim ve mücevherattan oluşmaktadır.

Bolivya'da özellikle Mart-Nisan aylarında ülkenin kuzey-doğusunda görülen sellerin ve Şili sınırına yakın And Dağlarında Irruputuncu ve Olca-Paruma volkanlarında volkanik faaliyetler sıkça görülmektedir.

Bolivya'nın başlıca çevre sorunları; tarım amaçlı ve tropik keresteye olan uluslararası talep nedeniyle ormanlık arazilerin tahribi, aşırı otlatma ve modern olmayan tarımsal yöntemlerin yol açtığı erozyon, kuraklık, biyolojik çeşitliliğin yok olması, içme ve sulama sularındaki endüstriyel kirliliktir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	40,7	43,22	46,1	48,71	51,62	54,6	57,81	61,21
GSYİH Büyüme (SabitFiyatlar -%)	6,1	3,2	1,8	1,9	2,1	2,2	2,3	2,3
Kişi Başına Düşen Milli Gelir(Cari Fiyatlar- $)	3 449	3 614	3 800	3 963	4 146	4 321	4 508	4 703
Tüketici Fiyat Enflasyonu(ort, %)	0,7	1,7	4	3,7	3,8	3,5	3,5	3,5
Cari İşlemler DengesininGSYİH'ya Oranı (%)	2,1	-1,5	-2,5	-2,6	-3	-3,3	-3,4	-3,5
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	6,9	4,7	4,9	5	5,1	5,1	5,2	5,2
Nüfus (milyon)	11,8	11,96	12,13	12,29	12,45	12,64	12,82	13,01
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	81,4	82,6	82,3	83,1	83,7	83,9	83,6	83,1

*Tahmin Kaynak: 2023, IMF

Ülkenin verimli kalay, çinko, gümüş ve altın madenleri ile doğalgaz ve petrol yatakları bulunmaktadır. Stratejik bir maden olarak kabul edilen ve elektrik bataryalarının temel hammaddesi olan lityumun dünyadaki rezervlerinin %60'tan çoğu Bolivya'dadır. Doğalgaz ihracatı ülkenin toplam ihracat gelirlerinin %50'den fazlasına karşılık gelmektedir. Doğalgaz üretimindeki ve gelirlerindeki artış çerçevesinde ekonomik büyüme son yıllarda artış göstermiş, ancak petrol ve doğalgaz fiyatlarındaki düşüşün sürmesi Bolivya ekonomisini olumsuz yönde etkilemiştir.

2023 yılında cari fiyatlara göre, 46 milyar dolar olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 49 milyar dolar olması beklenmektedir. Bolivya, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 95. büyük ekonomisidir. 2023 yılında sabit fiyatlara göre %1,8 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %1,9 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

Cari fiyatlara göre Bolivya, 2023 yılında 3.800 dolarlık kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 129. sırada yer almaktadır.

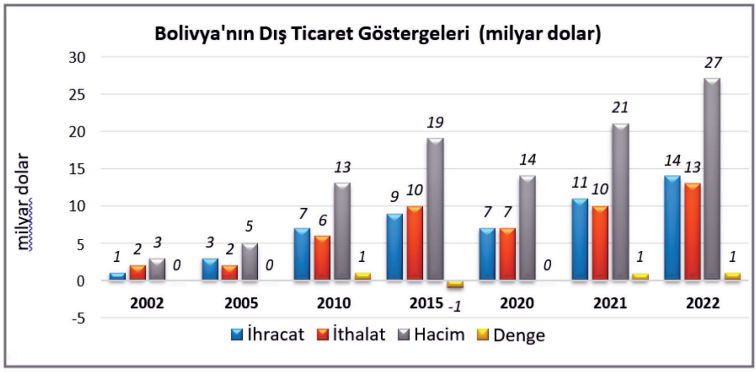
2023 yılında % 4 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında %3,7 olacağı tahmin edilmektedir. Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %4,9 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 66. sırayı alacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

2022 yılında 14 milyar dolarlık (%24 artan) ihracatla dünyada 87. sırada ve 13 milyar dolarlık (%37 artan) ithalatla dünyada 97. sıradadır.

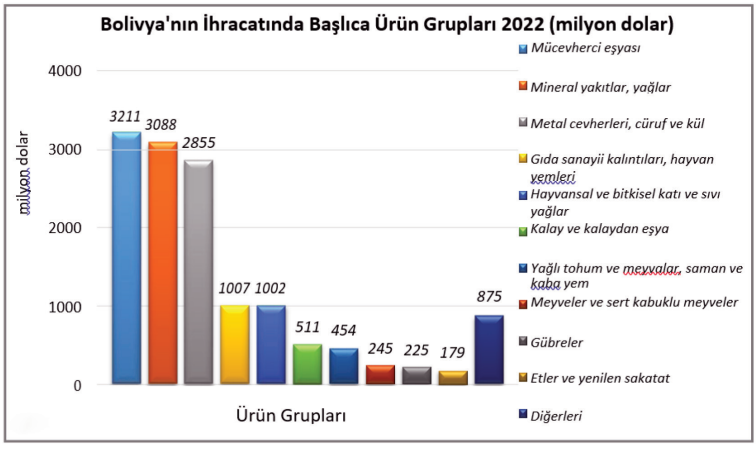
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

İhracat

2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; petrol gazları, altın (platin kaplamalı altın dahil), çinko cevherleri ve konsantreleri, soya fasulyesi küspe ve katı atıkları, soya yağı, kıymetli metal cevherleri, işlenmemiş kalay, soya fasulyesi, hindistan cevizi ve gübrelerdir.

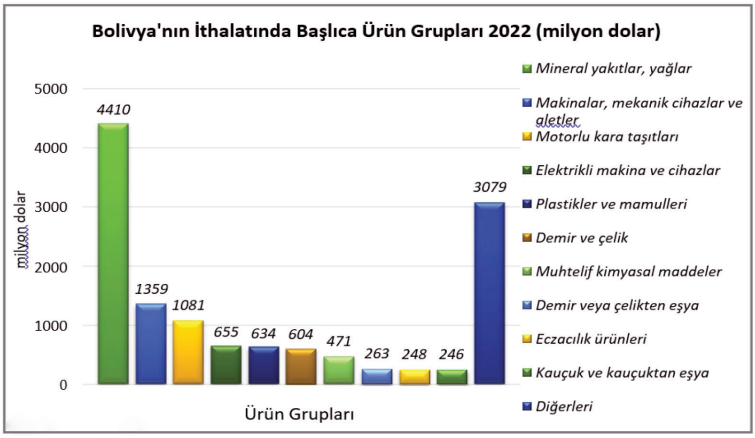


Kaynak: Trademap

İthalat

2022 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, otomobiller, haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler, inşaat demiri, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, kauçuktan yeni dış lastikler, tedavide veya korunmada

kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış), traktörler, buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirleri ve demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri (genişlik ≥600 mm (kaplanmış).

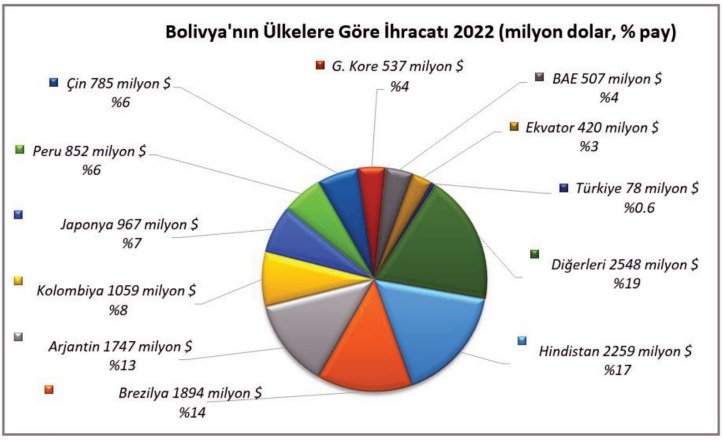


Kaynak: Trademap

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

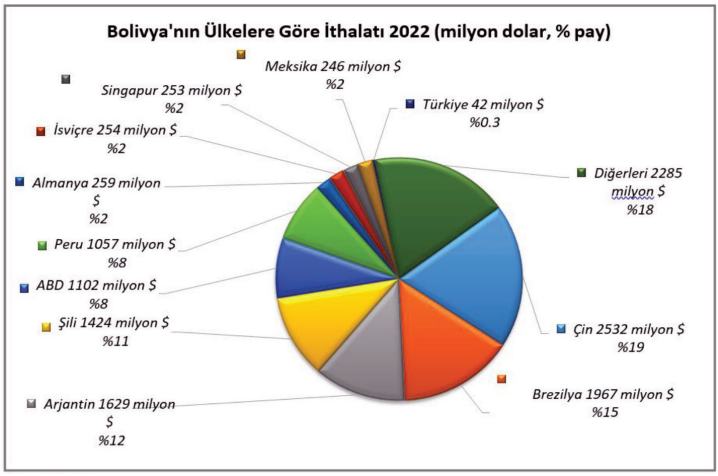
Bolivya'nın ihracatında başlıca ülkeler Hindistan, Brezilya, Arjantin, Kolombiya, Japonya, Peru, Çin, G. Kore, BAE ve Ekvator olup, ülkenin ihracatında Türkiye %0,6 pay ile 21. sıradadır.



Kaynak: Trademap

İthalat

Bolivya'nın ithalatında başlıca ülkeler Çin, Brezilya, Arjantin, Şili, ABD, Peru, Almanya, İsviçre, Singapur ve Meksika olup, ülkenin ithalatında Türkiye %0,3 pay ile 28. sıradadır.



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım (milyon $)	583,60	150,00	300,00	400,00	450,00	400,00	350,00
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH'ya oranı (%)	1,44	0,40	0,70	0,80	0,90	0,80	0,60
Ülke dışına giden doğrudan yatırım (milyon $)	-91,30	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00

*Tahmin Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

Bolivya'nın yatırım ortamı uluslararası sıralamalarda düşük skorlar almakla birlikte, ülkedeki yatırım ortamının değişim sürecinde olduğu söylenebilir. Gümrük kanunu ile kaçakçılığa uygulanan cezalar artırılmıştır. İlerleyen yıllarda iş, yatırım ve ticaret kanunlarının yanı sıra hidrokarbon, elektrik ve madencilik şirketlerinin işletilmesi ile ilgili de yeni kanun hazırlıkları beklenmektedir.

Yayın sektörü haricinde yerel firmaların yabancı şirketlerde pay sahibi olması zorunluluğu yoktur. Ulusal güvenliğe ilişkin ve doğal kaynaklarla ilgili sektörlerde de yabancı yatırıma izin verilmemektedir.

Serbest Bölgeler

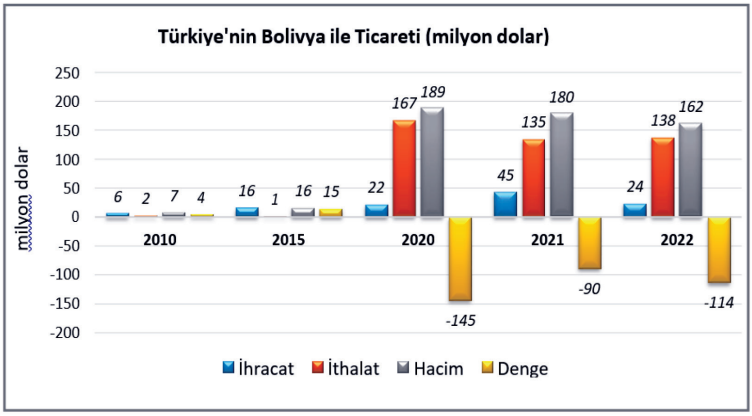
Bolivya'da El Alto, Cochabamba, Santa Cruz, Oruro, Puerto Aguirre ve Desaguadero şehirlerinde toplam 9 adet serbest ticaret bölgesi bulunmaktadır. Serbest bölgelerde yatırım yapan yerli ve yabancı şirketler, serbest bölge içi faaliyetlerinde gümrük vergisinden ve ulusal vergilerden muaftır. Serbest Bölgeler Konseyi (CONZOF), bu bölgelerde gerçekleşen tüm sanayi ve ticari işlemleri denetlemekle yükümlü kuruluştur.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

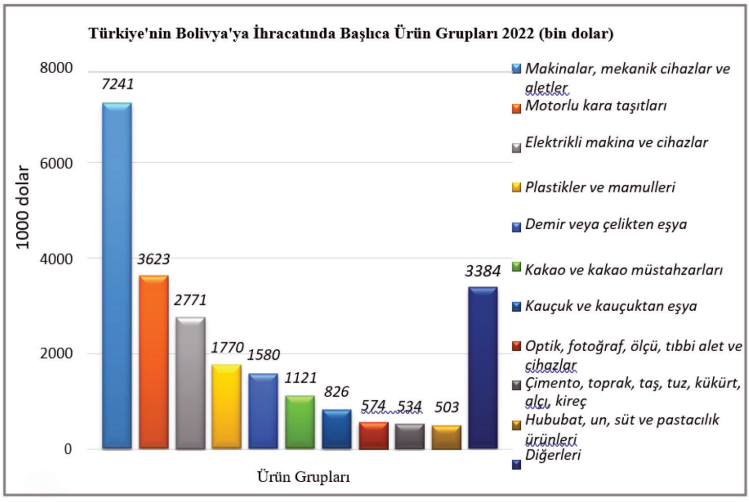
2022 yılında ülkeye ihracatımız 24 milyon dolar, (bir önceki yıla göre % 47 azalış) ve ülkeden ithalatımız 138 milyon dolar (bir önceki yıla göre % 2 artış) olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye-Bolivya Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Bolivya'ya İhracatında Başlıca Ürünler



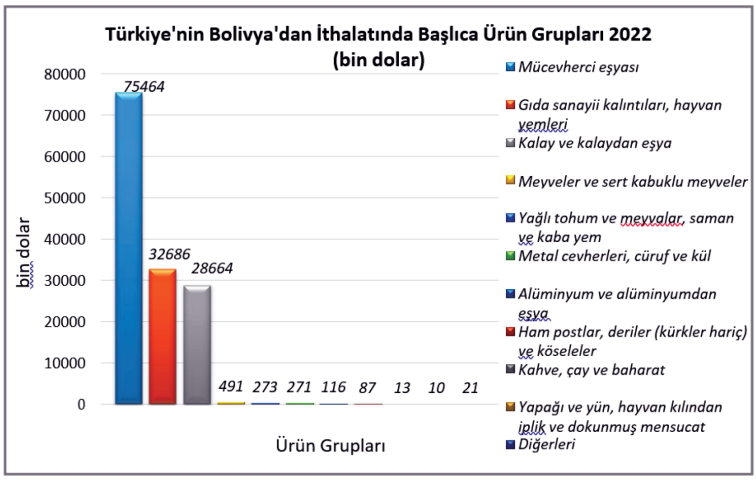
Kaynak: Trademap

Ülkenin 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında

- Demir veya alaşımsız çelikten profiller (GTİP:7216) ithalatının %20'si (6 milyon $
- Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları (GTİP:8418) ithalatının %5'i (4 milyon $)
- Elektrik kontrol, dağıtım tabloları, panolar, konsollar, kabinler, diğer mesnetler ve sayısal kontrol cihazları (GTİP:8537) ithalatının %14'ü (3 milyon $)
- Demir veya çelikten sobalar, mutfak soba ve ocakları, barbekü, mangal, gaz ocakları vb ile bunların aksam ve parçaları (GTİP:7321) ithalatının %10'u (2 milyon $)
- Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya (GTİP:4016) ithalatının %6'sı (774 bin $)
- Çimento (GTİP:2523) ithalatının %59'u (765 bin $)
- Plastikten inşaat malzemesi (GTİP:3925) ithalatının %5'i (530 bin $)
- Ferro alyajlar (GTİP:7202) ithalatının %7'si (444 bin $)
- Dikiş makinaları, dikiş makinaları için imal edilmiş mobilya, tabla ve mahfazalar ve dikiş makinalarının iğneleri (GTİP:8452) ithalatının %6'sı (433 bin $)

– Boratlar; peroksiboratlar (perboratlar) (GTİP:2840) ithalatının %72'si (388 bin $) Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.

Türkiye'nin Bolivya'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1:Bolivya'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**7 015 198**	**11 030 013**	**13 652 813**	**100**	**23,8**
1.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	2 008 420	2 305 660	3 049 209	22,3	32,2
2.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	1 229 042	2 530 890	3 003 219	22	18,7
3.	2608	Çinko cevherleri ve konsantreleri	817 046	1 380 953	1 818 115	13,3	31,7
4.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspeve katı atıklar	492 257	707 194	980 825	7,2	38,7
5.	1507	Soya yağı ve fraksiyonları(kimyasal olarak değiştirilmemiş)	257 675	571 011	856 506	6,3	50
6.	2616	Kıymetli metal cevherleri vekonsantreleri	486 798	871 871	754 993	5,5	-13,4
7.	8001	İşlenmemiş kalay	175 156	507 362	511 282	3,7	0,8
8.	1201	Soya fasulyesi	7 802	44 357	334 479	2,4	654,1
9.	0801	Hindistan cevizi, brezilya ve kaju cevizi (taze/kurutulmuş)	126 510	157 332	197 434	1,4	25,5
10.	3102	Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	4 769	30 574	194 409	1,4	535,9
11.	2607	Kurşun cevherleri ve konsantreleri	109 663	195 619	193 189	1,4	-1,2
12.	1512	Ayçiçeği, aspir, pamuk tohumuyağları ve bunların fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	71 306	109 682	132 326	1	20,6
13.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	59 798	86 982	120 069	0,9	38
14.	7106	Gümüş (altın veya platinyaldızlı gümüş dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmişya da pudra halinde)	119 149	149 097	114 766	0,8	-23
15.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı(kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	130 716	204 585	87 543	0,6	-57,2

Kaynak: Trademap, Bolivya Verileri

EK-2:Bolivya'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**7 079 997**	**9 559 086**	**13 049 406**	**100**	**36,5**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	891 887	2 200 823	4 350 950	33,3	97,7
2.	8703	Otomobiller	272 016	369 579	443 987	3,4	20,1
3.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekteedici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici,bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	221 483	268 499	368 548	2,8	37,3
4.	7214	İnşaat demiri	151 054	287 401	229 822	1,8	-20
5.	8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	125 249	186 787	197 316	1,5	5,6
6.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	92 138	130 586	185 642	1,4	42,2
7.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlananilaçlar (dozlandırılmış)	170 498	185 230	179 812	1,4	-2,9
8.	8701	Traktörler	79 030	96 368	149 267	1,1	54,9
9.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları,skreyperler, mekanik küreyiciler,ekskavatörler, yol silindirleri vb	60 232	73 315	134 831	1	83,9
10.	7210	Demir veya alaşımsız çeliktenyassı hadde mamulleri, genişlik ≥600 mm (kaplanmış)	59 464	68 182	129 928	1	90,6
11.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	97 588	116 804	122 563	0,9	4,9
12.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntüveya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	87 932	117 571	121 994	0,9	3,8
13.	3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	57 499	78 845	108 043	0,8	37
14.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	57 692	82 387	107 647	0,8	30,7
15.	8418	Buzdolapları, dondurucular vediğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	57 398	88 687	81 145	0,6	-8,5

Kaynak: Trademap, Bolivya Verileri

EK-3:Bolivya'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%,2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**7 015 198**	**11 030 013**	**13 652 813**	**100**	**23,8**
1.	Hindistan	717 576	1 827 035	2 258 756	16,5	23,6
2.	Brezilya	1 107 610	1 433 199	1 893 716	13,9	32,1
3.	Arjantin	1 028 019	1 043 292	1 747 422	12,8	67,5
4.	Kolombiya	413 758	710 776	1 058 567	7,8	48,9
5.	Japonya	527 390	916 097	967 003	7,1	5,6
6.	Peru	457 054	637 521	852 054	6,2	33,7
7.	Çin	358 398	657 003	785 082	5,8	19,5
8.	G. Kore	199 909	435 279	536 950	3,9	23,4
9.	BAE	278 184	400 295	507 304	3,7	26,7
10.	Ekvator	163 384	288 689	419 903	3,1	45,5
11.	ABD	314 372	545 565	372 497	2,7	-31,7
12.	Hollanda	213 462	290 803	304 310	2,2	4,6
13.	Belçika	128 102	166 299	241 564	1,8	45,3
14.	Şili	141 252	190 216	237 378	1,7	24,8
15.	Avustralya	131 618	182 683	193 435	1,4	5,9
…	…	…	…	…	…	…
21.	**Türkiye**	**95 243**	**147 069**	**78 118**	**0,6**	**-46,9**

Kaynak: Trademap, Bolivya Verileri

EK-4:Bolivya'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**7 079 997**	**9 559 086**	**13 049 406**	**100**	**36,5**
1.	Çin	1 580 142	1 968 946	2 532 163	19,4	28,6
2.	Brezilya	1 195 920	1 694 911	1 966 775	15,1	16
3.	Arjantin	714 970	1 270 917	1 628 849	12,5	28,2
4.	Şili	308 256	630 005	1 423 770	10,9	126
5.	ABD	565 975	555 189	1 101 986	8,4	98,5
6.	Peru	547 922	808 651	1 057 362	8,1	30,8
7.	Almanya	155 504	147 655	259 113	2	75,5
8.	İsviçre	25 091	91 628	253 940	1,9	177,1
9.	Singapur	55 168	96 601	252 913	1,9	161,8
10.	Meksika	177 272	218 940	245 872	1,9	12,3
11.	Hindistan	184 452	226 197	235 788	1,8	4,2
12.	Japonya	184 733	185 613	231 211	1,8	24,6
13.	Kolombiya	146 873	171 093	183 533	1,4	7,3
14.	Paraguay	49 250	58 868	179 151	1,4	204,3
15.	İspanya	147 382	98 913	131 572	1	33
…	…	…	…	…	…	…
28.	**Türkiye**	**32 372**	**89 390**	**41 730**	**0,3**	**-53,3**

Kaynak: Trademap, Bolivya Verileri

EK-5:Türkiye'nin Bolivya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**21 889**	**45 326**	**23 927**	**100**	**-47,2**
1.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	1 223	2 249	3 131	13,1	39,2
2.	8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısıpompaları	1 043	2 496	2 086	8,7	-16,4
3.	8537	Elektrik kontrol, dağıtım tabloları,panolar, konsollar, kabinler, diğer mesnetler ve sayısal kontrol cihazları	1 015	172	1 426	6	729,1
4.	7321	Demir veya çelikten sobalar, mutfak sobave ocakları, barbekü, mangal, gaz ocakları vb ile bunların aksam ve parçaları	580	1 691	1 311	5,5	-22,5
5.	1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	567	638	1 121	4,7	75,7
6.	3916	Plastikten monofiller, ince ve kalın çubuklar ve profiller (enine kesitinin engeniş yeri > 1mm)	36	443	834	3,5	88,3
7.	8414	Hava veya vakum pompaları, hava veyadiğer gaz kompresörleri, fanlar,aspiratörü olan havalandırmaya mahsus davlumbazlar	379	590	712	3	20,7
8.	8516	Elektrikli su ısıtıcıları, elektrotermikcihazlar, ortam ısıtıcıları, saç ve el kurutucuları, ütüler, rezistanlar	174	384	652	2,7	69,8
9.	8450	Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları (yıkama ve kurutma tertibatı bir arada olanlar dahil)	202	517	535	2,2	3,5
10.	2523	Çimento	3	127	533	2,2	319,7
11.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	880	2 235	503	2,1	-77,5
12.	8701	Traktörler	644	456	485	2	6,4
13.	8483	Transmisyon milleri, kranklar; yatakkovanları ve mil yatakları; dişliler ve sistemleri;vidalar;dişli kutuları volan vb	229	354	466	1,9	31,6
14.	4016	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	466	431	435	1,8	0,9
15.	8438	Yiyecek ve içeceklerin sınai amaçlarla hazırlanması veya imaline mahsus makina ve cihazlar	3	65	356	1,5	447,7

Kaynak: Trademap, Türkiye Verileri

EK-6:Türkiye'nin Bolivya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim (%,2021 -2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**167 162**	**134 877**	**138 095**	**100**	**2,4**
1.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	126 429	110 298	75 464	54,6	-31,6
2.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	15 079	18 863	32 686	23,7	73,3
3.	8001	İşlenmemiş kalay	1 761	4 167	28 664	20,8	587,9
4.	0801	Hindistan cevizi, brezilya ve kaju cevizi (taze/kurutulmuş)	454	172	491	0,4	185,5
5.	2616	Kıymetli metal cevherleri ve konsantreleri	0	0	271	0,2	0
6.	1209	Ekim amacıyla kullanılan tohum, meyve ve sporlar	0	578	239	0,2	-58,7
7.	7602	Aluminyum döküntü ve hurdaları	0	0	116	0,1	0
8.	4101	Sığır (bufalo dahil) ve at cinsi hayvanların ham post ve derileri	130	148	87	0,1	-41,2
9.	1207	Diğer yağlı tohumlar ve meyveler	17	482	34	0	-92,9
10.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	0	11	13	0	18,2
11.	5101	Yün ve yapağı (kardesiz/taranmamış)	0	0	10	0	0
12.	8422	Bulaşık, şişe vb yıkama ve kurutma makinaları, şişe, kutu çuval vb doldurma,etiketleme makinaları, ambalaj vb makinalar	0	0	5	0	0
13.	1106	Kuru baklağillerin, nişasta/inülin içeren kök ve yumruların unu, ezmesi ve tozu	14	1	4	0	300
14.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç; kalınlık >	0	0	4	0	0
		6 mm					
15.	3506	Diğer müstahzar tutkallar, yapıştırıcılar	1	0	3	0	0

Kaynak: Trademap, Türkiye Verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN BOLİVYA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	4.267	34.000
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	449.973	163.505
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	142.796	139.415
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	141.094	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	76.731	
Genel Toplam	**814.861**	**336.920**

BOLİVYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	710	742
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	41,682	51,432
Değirmencilik	40	27
Diğer Gıda Müstahzarları	244,602	254,976
Hububat	34,221	22,487
Pastacılık Ürünleri	9,339	9,972
Şeker ve Şeker Mamulleri	74,233	96,931
Un ve Unlu Mamuller	173,627	170,592
Genel Toplam	**578.454**	**607.159**

BOLİVYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	ÜLKE	**2021**	**2022**
1	BREZİLYA	143,585	168,416
2	ARJANTİN	187,566	161,847
3	PERU	51,647	61,479
4	ABD	41,295	38,061
5	ŞİLİ	30,556	29,412
6	KOLOMBİYA	16,956	20,755
7	MEKSİKA	11,391	16,291
8	PARAGUAY	6,702	14,304
9	URUGUAY	15,676	13,316
10	MALEZYA	19,187	12,868
22	**Türkiye**	**1,585**	**1,68**

BREZİLYA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

BREZİLYA

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Brezilya Federal Cumhuriyeti
Nüfus	215,16 milyon (2023 tahmin)
Dil	Resmi dil Portekizce'dir. İş dünyasında İspanyolca ve İngilizce de kullanılmaktadır.
Yüzölçümü	8.547.400 km^2
Başkent	Brasilia
Başlıca Şehirleri	Brasilia (2,6), Sao Paulo (11,4), Rio de Janeiro (6,4), Salvador (2,7), Fortaleza (2,5),Belo Horizonte (2,4).
Yönetim Şekli	Federal Cumhuriyet (26 eyalet) ve 1 Federal Bölge
Devlet Başkanı	Luiz Inácio Lula da Silva
Para Birimi	Real

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

Brezilya, BM, DTÖ-Dünya Ticaret Örgütü, IMF ve Dünya Bankası gibi pek çok uluslararası kuruluşun üyesidir. Ülkemizin de üyesi olduğu küresel sistem için önemli ülkelerden oluşan G-20 grubunun da üyesidir. Latin Amerika ve Karayip ülkelerinin oluşturduğu danışma, koordinasyon ve işbirliğinin yanı sıra iktisadi ve sosyal gelişimi de hedefleyen hükümetler arası bir kuruluş olan SELA'nın üyesi olan Brezilya, 19 Latin Amerika ülkesinden oluşan ve bölgesel entegrasyon ile işbirliğini artırmayı hedefleyen Rio Grubu'na bağlıdır. ALADI- Latin Amerika Entegrasyonu Birliği (LAIA)'ya üyeliğinin yanı sıra Arjantin, Paraguay ve Uruguay ile birlikte 1991 yılında MERCOSUR (Portekizcesi Mercosul) Ortak Pazarı'nı kurmuştur. Bu Ticaret Anlaşması ile 1995 yılında söz konusu ülkeler arasında Gümrük Birliği oluşturulmuştur.

Coğrafi Konum

Kapladığı alan açısından dünyanın beşinci büyük ülkesi olan Brezilya, kuzeyden güneye 4.320 km, doğudan batıya 4.326 km'dir. Atlantik Okyanusu ile çevrili Brezilya'nın İspanyolca konuşan Güney Amerika ülkeleri ile 12.000 km'lik sınırı vardır. Şili ve Ekvator haricinde Güney Amerika ülkelerinin hepsi ile sınır komşusudur.

Brezilya'da ekvatoral, tropikal, yarı kurak, dağlık tropikal ve astropikal olmak üzere beş iklim bölgesi vardır. Amazon Bölgesi'nde yıllık ortalama sıcaklık 22-26 ˚C dolayındadır. En sıcak-en soğuk mevsimler arasındaki sıcaklık farkı ihmal edilebilir boyuttadır. Amazon bölgesinden tropikal bölgelere yaklaşıldıkça yaz ile kış arasındaki sıcaklık farkı artmaktadır. Ülkenin en sıcak bölgeleri kuzeydoğuda yer almaktadır. Mayıs-Kasım arasındaki kurak dönemlerde sıcaklık 38˚C'yi aşmaktadır. Atlantik Okyanusu kıyıları boyunca sıcaklık 23-27 ˚C dolayındadır. Kışlar, genellikle kurak geçmektedir. Amazon Havzası ve Atlantik kıyıları boyunca yağış oranı yüksektir.

Siyasi ve İdari Yapı

Brezilya, "Başkanlık" sistemiyle yönetilen "Federal Cumhuriyet"tir. 26 eyalet ve bir federal başkentten oluşan idari yapıda, her eyaletin federal meclisi ve iç yönetimi bulunmaktadır.

Toplam 5.560 belediye vardır. Eyalet valilerinin federal meclis ve senatörler üzerinde güçlü etkisi bulunmaktadır.

Başkan, federal hükümetin yürütme kurulunun başıdır. 4 yılda bir ve en fazla iki dönem üst üste seçilebilir. Oldukça geniş yetkilere sahip olan Başkan'ın kanun yapma yetkisi olmamakla birlikte kongrenin uygun bulması halinde geçici kararname çıkarma

yetkisi vardır. 513 üyeli temsilciler meclisi ve 81 üyeli senato olmak üzere iki meclisli olan kongrede; meclis üyeleri 4 yılda bir başkanla eş-zamanlı olarak, senato üyeleri ise 8 yıl için seçilmektedir. 4 yılda bir sırasıyla senatonun üçte ikisi veya üçte biri yenilenmektedir.

11 yüksek mahkeme yargıcı senato tarafından uygun bulunarak başkan tarafından atanmaktadır. 1988 anayasası ile sosyal adalet ruhu ön plana çıkarılmıştır. Yapısal reformlarla birlikte mülkiyet ve rekabet kavramları güç kaybederken devlet güç ve ağırlık kazanmıştır. Sendikalar, "Topraksız İşçiler Hareketi"-"Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Roma Katolik Kilisesi ve Protestan Kilisesi ulusal hareketlerde söz sahibidir. İş çevreleri, özellikle CNI-Ulusal Sanayiciler Konfederasyonu ve FİESP- Sao Paulo Eyaleti Sanayicileri Konfederasyonu ulusal politikalarda söz hakkına sahiptir.

Nüfus ve İstihdam

Dünyanın en kalabalık beşinci ülkesi olan Brezilya'nın 2023 yılı itibarıyla nüfusu 215,16 milyon tahmin edilmektedir. Demografik yoğunluk sahil boyunca uzanan dar bir kıyı şeridinde yoğunlaşmıştır. Kıyı kesimlerindeki nüfus yoğunluğunu iç kesimlere kaydırmak için Başkentin Rio de Janeiro'dan Brasilia'ya taşınması, karayolları ağının genişletilmesi, ülkenin iç taraflarında yeni kalkınma merkezlerinin oluşturulması, Itaipu ve Tucurui gibi büyük ölçekte hidroelektrik projeleri gibi teşvik önlemleri alınmıştır.

Brezilya'da üç farklı ırk ve bunların karışımından söz edilebilir. Yerli halk yani Güney Amerika yerlileri, Avrupa'dan gelmiş beyazlar ve Afrika'dan gelmiş siyahlar Brezilya halkının günümüzdeki yapısını oluşturmaktadır. Brezilya'nın asıl nüfusu, göreceli olarak küçük kabilelere bölünmüş ve yarı sabit köylerde yaşayan avcılık ve balıkçılıkla geçinen yerlilerden oluşmuştur. Yoksulların, kolonilere ait madenlerde ve ekim alanlarında çalıştırılmasını sağlamanın uygun olmadığı görülünce, Portekizli göçmenler, Afrika'dan siyah köleler ithal etmeye başlamışlardır. 1850'lerde köle ticaretinin sona ermesi ile iş arayan Avrupalı ve Ortadoğulu göçmen akını artmıştır. Öte yandan 1910'da -bir milyonun üzerinde- kitle halinde Japonya'dan göç almıştır. Zaman geçtikçe, bu göçmen dalgaları çoğunlukla Sao Paulo, Parana, Santa Catarina ve Rio Grande do Sul gibi eyaletlere yerleşmiş ve bu bölgeler çok farklı yapıya bürünmüştür.

Dünyanın neresinden gelmiş olursa olsun ziyaretçilerin kendilerini yabancı hissetmemelerini sağlayan bu etnik farklılık; ulusal yapıda, iş ve politika hayatında ayrımcılık yapılmadan birlikte yaşama kültürü oluşmasını sağlamış olup, Brezilya'nın küresel rekabet alanında başarısının en önemli anahtar unsurudur.

Halkın büyük bir çoğunluğu kentlerde yaşamaktadır. 2022-2026 döneminde; ortalama yaşam süresi 76,4 yaş olarak tahmin edilmekte olup, erkekler için 76,4 yaş, kadınlar için 80 yaş ortalama yaşam süresidir. Erkek nüfusun yaşam süresinin daha kısa olmasının nedeni, 60 yaş altındaki erkeklerde şiddet suçlarından kaynaklanan ölümlerin fazla olmasıdır. 2028 yılında nüfusun 227,55 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Nüfus Dağılımı

Nüfus	**2016**	**2021**	**2026**
Toplam (milyon kişi)	205,2	213,3	220,3
Erkek nüfus	101,0	104,8	108,0
Kadın nüfus	104,2	108,5	112,3
Yaşa göre dağılım %			
0-14 yaş	22,3	20,3	19,3
15-64 yaş	69,4	69,9	69,0
65+ yaş	8,3	9,8	11,6
Şehirleşme %	86,0	87,3	88,6
Çalışan nüfus (milyon kişi)	110,4	114,4	116,6

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

2021 yılı itibariyle, toplam nüfusun %87,3'ünü şehirli kesim oluşturmaktadır. 2026'da %88,6 şehirleşme tahmin edilmektedir. Şehir ve kasabalardaki hızlı nüfus artışı ve kırsal kesimden, şehirlere doğru yönelen göç; "favela"adı verilen gecekondulardaki artış ve altyapı eksikliği ile birlikte çeşitli sorunlara yol açmıştır.

Gelir dağılımının oldukça bozuk olduğu Brezilya'nın güney doğusu nüfus yoğunluğunun en yüksek olduğu bölgedir. Toplam 20 milyon kişinin yaşadığı Sao Paulo şehrinde varoşlar hariç 11,4 milyon kişi yaşamaktadır. Hali hazırda nüfusu 1 milyonun üzerinde olan 14 şehir bulunmaktadır. Kuzey, kuzey- doğu nüfus yoğunluğu az yerleşim bölgelerine sahiptir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Brezilya, Amazon ormanları ile dünyadaki en geniş tropikal orman ve oksijen rezervlerine sahiptir. Ormanlar ülkede çok büyük bir alanı kaplamaktadır. Yapraklarını dökmeyen ağaçlardan oluşan mapa ormanları bütün Amazon bölgesini, Sao Paulo'nun batı yaylalarını ve güney kısımlardaki yaylaların geniş bir kısmını kaplamaktadır. Kuzeydoğu Brezilya'nın en yüksek ve en sulak yerlerinde de bu ormanlara rastlanmaktadır.

Savanlar, ülkenin ikinci önemli bitki örtüsünü oluşturmaktadır. Orta Brezilya'nın az verimli topraklarında savan, yerini dikenli, cılız çalılara bırakmaktadır. Amazon Bölgesi, dünya kauçuk üretiminde birinciliğe sahiptir. Yağış ve nem oranının yüksek olduğu ülkenin, en sıcak bölgesi olan kuzeydoğu kısımlarında kurak alanlar bulunmaktadır.

Brezilya, çevreyle dost bir enerji kaynağı olduğu gerekçesiyle etanol üretimi ve kullanımını desteklemiştir. Ancak toprağa ihtiyaç duyan çiftçilerin ekim alanı açmak için Amazon'daki ormanları yakmaları sonucu ormanlık alanların azalması hava kirliliğine yol açmıştır. Bütün bunlar, etanol üretimi için yeni şeker kamışı ekimi yapılmaması ve etanol üretim tesisi kurulmaması yönünde çevre korumacı kararlar uygulanmasına yol açmıştır.

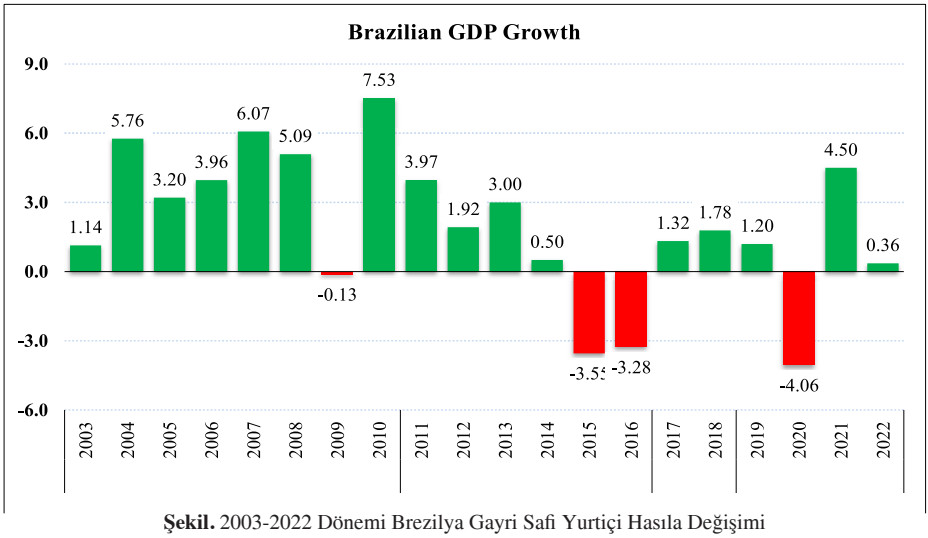
Küresel ısınmaya karşı Brezilya'nın önemli sorumlulukları bulunmakta olup, Yağmur ormanlarının azalmasının küresel iklim değişiklikleri üzerindeki etkisi nedeniyle bu konudaki gelişmeler tüm dünyayı yakından ilgilendirmektedir.

Brezilya'da Ulusal Madencilik Ajansı'na kayıtlı aktif araştırma ve madencilik lisansı bulunan 37 metalik madde bulunmaktadır. Ülkenin en önemli mineral kaynakları alüminyum, bakır, krom, kalay, demir, manganez, niyobyum, nikel, altın, vanadyum ve çinkodur. Madencilik üretimi, Minas Gerais ve Pará eyaletlerinde yoğunlaşmaktadır.

Brezilya' ya Genel Bakış

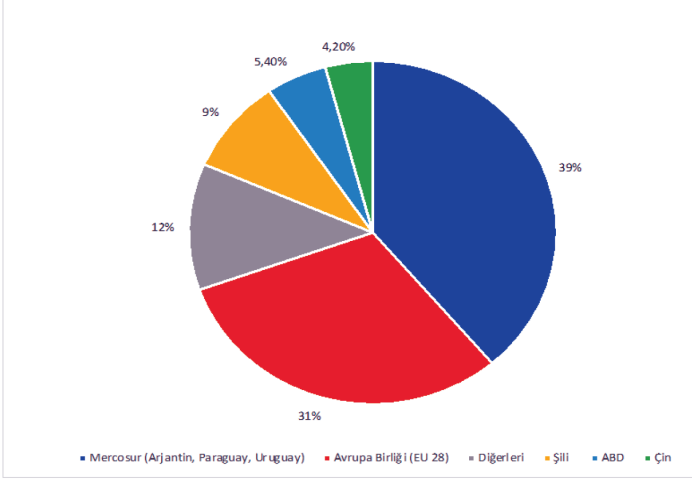
215 milyonluk nüfusu ile Brezilya, Latin Amerika'nın yanı sıra dünyanın en büyük ekonomileri arasındadır. Brezilya'nın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYİH) 2022 yılını bir önceki yıla göre %2,9 artışla 1,929 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. Kişi başı GSYİH ise 8,857 USD'dir. Büyüme, piyasa beklentilerinin altında olmakla birlikte, güçlü iç talep ve ihracattan kaynaklanmıştır. Ancak küresel ekonomik gerileme, sıkı para politikası ve mali belirsizlik nedeniyle 2023'te bir yavaşlama beklenmektedir. COVID-19'u kontrol altına almak için uygulanan önlemlerin kademeli olarak kaldırılması, daha güçlü ekonomik aktivite ve küresel talebin daha yüksek katkısı ile Brezilya ekonomik rahatlama sağlamıştır. Brezilya enflasyonu, yıl boyunca görülen çift haneli enflasyon zirvelerinden keskin bir yavaşlama ile 2022 yılını sonlandırmıştır. Enflasyon endeksi geçen yıl hükümetin resmi hedefinin iki puan üzerinde 5,79'a yükselmiştir.

2022'de Brezilya'nın tüketici odaklı ürün ithalatı, bir önceki yıla göre %21 artışla 5,2 milyar USD'ye yükselmiştir. Bu ithalattaki payları ABD (%5,4) yanı sıra %31'lik pazar payıyla Avrupa Birliği (AB) ve Birleşik Krallık (İngiltere) dikkat çekmektedir.



Şekil. 2003-2022 Dönemi Brezilya Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Değişimi

2022'de gıda işleme endüstrisi, 2021'e kıyasla %16,6 artışla 209 milyar USD'lik yıllık satış kaydetmiştir. Sektörü temsil eden yaklaşık 38.000 şirket, Brezilya GSYİH'sının yaklaşık %10,8'ine katkıda bulunmaktadır. Endüstrinin ana segmentleri et, balık, içecek, süt, çay, kahve, tahıllar, sıvı ve katı yağlar, şeker, atıştırmalıklar, dondurma, gıda çeşnileri, maya, buğday ürünleri, işlenmiş meyve ve sebzeler, kurutulmuş ve dondurulmuş ürünler, çikolata, şekerlemedir. Brezilya Süpermarketler Birliği (ABRAS), 2022'de süpermarket gelirlerinin 134,8 milyar USD olduğunu bildirmektedir. Brezilya'nın perakende sektörü 94.706 mağaza içermekte ve günde 28 milyon tüketiciye hizmet vermektedir. Brezilya'nın Güneydoğu bölgesi, pazarın %50,3'ü (7.046 mağaza) ile perakende sektöründe en büyük payına sahiptir. İkinci en büyük bölge ise pazarın %26'sı (1.835 mağaza) ile güney bölgesidir.



Şekil. Brezilya 2022 Tüketici Ürünleri İthalatı Yapılan Başlıca Ülkeler (Trade Data Monitor/Secex)

Brezilya tarafından 2022 yılında ithal edilen başlıca tarımsal ürün ve gıda bileşenleri arasında malt, süt ürünleri, hayvansal ve bitkisel yağlar, buğday, yem katkıları, protein konsantratları ve enzimler bulunmaktadır. 59 milyar USD gıda ihracatına karşılık, 7 milyar USD'lik ithalat gerçekleştirilmiştir. Gıda perakende zincirinde ise 109 milyar USD'lik satış söz konusudur. Brezilyada faal olan başlıca gıda perakendecileri ise Carrefour, Assai, Grupo Mateus, Grupo Pao de Acucar, Supermercados BH, Grupo Muffato, Grupo Pereira/SDB, Cencosud, Mart Minas/DOM, DMA Distribuidora'dır.

Brezilya Gıda Üreticileri Birliği'ne (ABIA) göre, ülkenin gıda işleme sektörü 2022'de 1.075 trilyon R$ (yaklaşık 208 milyar USD) gelir kaydetmiş ve 2021'e kıyasla %16,6'lık bir artış göstermiştir. Bu sonuç ve gelişme, güçlü bir iç pazardan (%72) ve ihracattan (%28) kaynaklanmaktadır. Gıda endüstrisi satışlarının Brezilya gıda perakende sektörüne genişletilmesi, reel olarak %1,7'lik bir artışa sahiptir. Dikkat çeken nokta, toparlanma belirtileri göstermeye devam eden ev dışı yemek hizmetleridir. Gıda sektörünün gıda hizmet segmentine satışları, 2021 yılına göre reel olarak %9,8 artmıştır. 2023 için ılımlı bir GSYİH büyüme projeksiyonuna rağmen, gıda endüstrisi için görünüm olumlu olarak değerlendirilmektedir. ABIA, yıl boyunca devam eden yüksek üretim maliyeti baskılarına rağmen, gıda endüstrisinde %1,5'lik büyüme öngörmektedir.

Brezilya, uluslararası gıda trendlerini aktif olarak takip etmekte ve katma değeri yüksek yenilikçi ürünleri sürekli olarak pozitif tutum sergilemektedir. Ülkede, her yıl artan sayıda lansmanla birlikte bitki bazlı ürünlerin mevcudiyetinde bir artış görülmektedir. Tüketici talep ve beklentilerin etkisiyle bağışıklık destekleyici fonksiyonel gıdalar yanı sıra, doğal, organik ve glutensiz gibi "clean label" ürünleri pazara arzında önemli artış vardır.

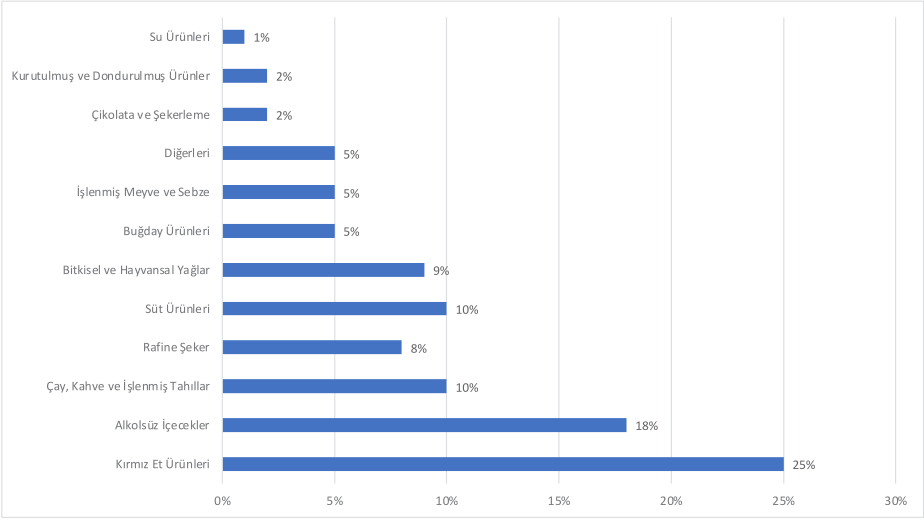
Brezilyalı tüketiciler için en önemli gıda seçim motivasyon unsurları "duyusal özellik", "fiyat" ve "erişilebilirlik" olarak belirlenmiştir. "Etik kaygılar", "ruh hali" ve "doğal bileşim" daha az önem taşımaktadır. Gıda gruplarına göre bu motivasyon faktörlerinin önem ve etki yönü farklılık göstermektedir. Brezilyalı tüketiciler için en önemli gıda seçim motivasyon unsurları "duyusal özellik", "fiyat" ve "erişilebilirlik" olarak belirlenmiştir. "Etik kaygılar", "ruh hali" ve "doğal bileşim" daha az önem taşımaktadır. Gıda gruplarına göre bu motivasyon faktörlerinin önem ve etki yönü farklılık göstermektedir. Brezilyalı tüketicilerin "çok önemli" olarak tanımladıkları bir kriter, satın alacakları gıdanın yaşadığı veya çalıştığı yere yakın noktalarda satılıyor olmasıdır. Bu ürünlerin market veya benzeri satış noktalarında kolaylıkla bulunabilir olmasına önem vermektedirler. Bu gıdaların tüketime hazırlanmasının ne kadar süre gerektirdiği ise önem verilmeyen bir kriterdir. Bir başka ifadeyle gıdaların ne kadar pratik olduğu değil ne kadar kolay ulaşılabileceği önem taşımaktadır. Aşinalık, Brezilya tüketicilerde gıda seçimini etkileyen ölçütler arasında yer almaktadır. Bu tüketiciler "tanıdık gelen", çocukluklarda yediklerine benzeyen" genellikle tükettikleri" gıdalara yönelik pozitif tutum içerisindedirler.

SWOT Analizi

İthalat Prosedürleri

Brezilya'da ithal gıda ve içecek ürünlerinin gözetimi öncelikle MAPA ve Brezilya Sağlık Düzenleme Kurumu'nun (ANVISA) sorumluluğundadır. Bu iki devlet kurumu, gıda tedarikinin güvenliğini sağlar ve tedarik zinciri boyunca gıda ve içecek ürünleriyle ilgili düzenlemeleri uygular. Yerel gereklilikleri yerine getirmek için ithalatçı, özellikle sevkiyat belgelerinin hazırlandığı ilk aşamada, ihracatçı ile birlikte çalışmalıdır. Ürünün varış noktasına ulaştığında, çoğu ithalat şirketi, gümrükleme formalitelerinden sorumlu olacak gümrükleme aşamasında bir gümrük komisyoncusu ile sözleşme yapar. Yabancı malların Brezilya'ya erişimini doğrudan etkilediğinden, her bir idari kurumun yayınladığı en güncel kurallar dizisine sevkiyattan önce uyulmalıdır.

Brezilya'da gıda bileşen, hammadde veya katkı maddeleri çoğunlukla yerel bir ithalatçı, distribütör veya gıda katkı maddesi endüstrisi tarafından ithal edilmektedir. İthalatçılar ve distribütörler, ürünü doğrudan gıda işleme endüstrileri adına satın alırlar. Öte yandan, gıda katkı maddeleri endüstrileri, ürünü ithal edip dağıtabilir, işleyebilir ve ardından gıda endüstrisine dağıtabilir. Ülkemiz ihracatçılarının yem ve gıda endüstrilerine daha fazla teknolojik bileşen sağlaması için fırsatlar vardır. Bu tür fırsatlar arasında süt içerik maddeleri (bebek mamaları için peynir altı suyu proteini, süt albümini ve kazein gibi), bitki bazlı ürünler için alternatif protein kaynakları (bezelye, soya, pirinç ve diğerleri), diyet lifler (hem çözünür hem de çözünmez), bitkisel yağlar ve emülgatörler bulunur.



Şekil.3 Brezilya Başlıca Gıda Üretim Segmentleri (Toplam Satış, %)

Brezilya'da Tarımsal Üretimi

Brezilya'nın toplam yüzölçümü 851 milyon hektardır. Yaklaşık 85 milyon hektar bitkisel üretim (yıllık, çok yıllık ürünler ve ekili ormanlar) ve kabaca 180 milyon hektar mera alanındadır. Doğal ormanlar, yerel koruma alanları, ulusal rezervler ve milli parklar dâhil olmak üzere diğer alanlar yaklaşık 556 milyon hektardır. Kentsel alanlar, Brezilya topraklarının kabaca %3,5'unu temsil etmektedir.

Brezilya, Brezilya Tarımsal Araştırma İşletmesi'nin (EMBRAPA) kurulmasıyla yetmişli yılların başından beri tarımsal araştırma ve teknolojiye büyük yatırımlar yapmıştır. Genel olarak yüksek emtia fiyatları, iyileştirilmiş mahsul verimliliği, yüksek

kaliteli tohumlar ve biyoteknolojik ilerlemelerin teşvik ettiği ülke, kullanılan araziyi büyük ölçüde genişletmeden üretimde önemli artışlara ulaşmıştır. Brezilya resmi kaynaklarının bildirdiği üzere, tahıl verimi son 20 yılda yaklaşık %50 artmıştır. Ayrıca, Brezilya'nın ekili alanlarının büyük bir kısmı, uygun iklim koşulları nedeniyle yılda iki ürün üretebilmektedir. nde gelen bir tarım ülkesi ve ihracatçısı olarak Brezilya, küresel gıda güvencesi çabalarına liderlik etme konusunda öne çıkan ülkeler arasındadır. Brezilya, dünyanın bir numaralı soya fasulyesi, şeker, kahve ve dondurulmuş konsantre portakal suyu (FCOJ) üreticisi konumundadır. Brezilya, ikinci en büyük sığır eti ve kanatlı ürünleri üreticisi ve üçüncü en büyük mısır ve domuz ürünleri üreticisidir.

Mevcut yönetim tarafından yapılan önemli yatırımlara rağmen, Brezilya'daki depolama, liman tesisleri, karayolları ve demiryollarının altyapı gelişimi, tarımsal üretim ve ihracattaki hızlı büyüme hızına ayak uyduramamıştır. Artan talebi karşılamak ve "Custo Brasil" (Brezilya maliyeti) olarak adlandırılan sistemin önemli bir bileşeni olan navlun maliyetini düşürmek için ulaşım altyapısının iyileştirilmesine ve genişletilmesine yönelik büyük yatırımlara hâlâ ihtiyaç duyulmaktadır. Gerçekten de "Custo Brasil", yalnızca üretim ve dağıtım darboğazları ve ihracat lojistiği engelleri değil, aynı zamanda yüksek vergiler, külfetli hükümet düzenlemeleri, işgücü piyasası katılıkları ve yetersiz eğitim ve öğretim de dahil olmak üzere Brezilya'daki verimsizliğin maliyetine katkıda bulunan tüm faktörleri ifade eder. Örneğin cari ihracat masrafları, Brezilya tarımsal emtialarının gemide teslim fiyatının %15 ila 20'sine karşılık gelmektedir.

Tarım, Brezilya ekonomisinin önemli bir bileşenidir ve ekonomik büyüme ve döviz kazançları için çok kritiktir. 2020'de tarım sektörü (üretim, işleme ve dağıtım dahil) Brezilya'nın GSYİH'sının yaklaşık yüzde 27'sini oluşturmuştur. Ayrıca, 2021'de tarım ticareti Brezilya'nın toplam ihracatının %43'ünü, ancak toplam ithalatın yalnızca %7'sini oluşturmuştur. Yerel para birimi (Brezilya Reali) döviz kuru, dış ticarette önemli bir rol oynamaktadır. Brezilya para birimi 2011 yılından bu yana istikrarlı devalüasyonu, ihracattaki sürekli artışı güçlü bir şekilde desteklemiştir.

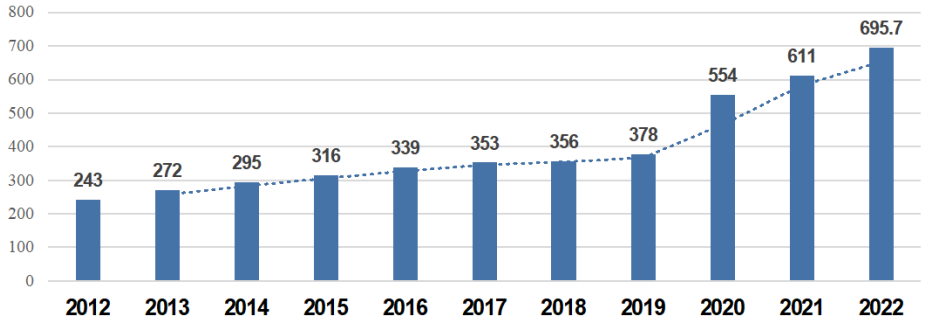
Brezilya Perakende Sektörü

2022'de Brezilya, COVID-19 salgını sonrası gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) 2021 yılına kıyasla %2,9 artışla 1,9 trilyon ABD dolarına yükselmiştir. Ekonomik görünüm, daha güçlü iç ve küresel talep ve rekor düzeydeki emtiadan faydalanmıştır. 2022 yılında yüksek enflasyonun etkisi ekonomi üzerinde baskı yaratmaya devam etmiştir. Bununla birlikte, hükümetin mali ve parasal eylemleri, 2022 yılının sonlarına doğru enflasyon oranının düşmesine yardımcı olmuştur. Brezilya'da enflasyon, yıl boyunca görülen çift haneli enflasyon zirvelerinden keskin bir yavaşlama ile 2022 yılını kapatmıştır. Enflasyon endeksi geçen yıl hükümetin resmi hedefinin iki puan üzerinde %5,79'a yükselmiştir. İşsizlik oranı 2021 yılında %11,1'den 2022 yılında %7,9'a düşmüştür. Tüketiciler harcamaları konusunda daha bilinçli hale gelmiş ve daha ucuz gıda maddeleri satın almıştır. Buna ek olarak, perakendeciler stokları, portföyleri yönetme, ürün hatlarını azaltma ve daha uygun fiyatlı seçenekler yerine yüksek fiyatlı ürünleri ikame etme konusunda çok daha bilinçli hale gelmiştir. Ancak, Brezilya Lüks İşletmeler Birliği'ne (Abrael) göre, birçok marka ekonomik krizden zarar görmüş olsa da, lüks pazar olağanüstü bir büyüme kaydetmiştir.

Brezilya perakende sektörü, 94.706 perakende operatörü aracılığıyla gıda ve içecek akışının yaklaşık %80'ini yöneterek gıda dağıtım sistemindeki en kritik kanaldır. Endüstri iyi entegre olmuş, dinamik ve sofistikedir. Brezilya Süpermarketler Birliği'ne

(ABRAS) göre, perakende sektörü 2022 yılında 134,8 milyar USD hacme sahip olup, ülkenin GSYİH'sının %7'sini temsil etmektedir. Bu sonuç, mahalle mağazaları, süpermarketler, hipermarketler, Cash-Carry ve e-ticaret gibi çeşitli gıda perakendeciliği biçimlerini içerir. Gıda perakendeciliği, 3,2 milyon çalışanı (doğrudan ve dolaylı) bir araya getirerek Brezilya'daki en büyük işverenlerden biri halindedir. Her gün 28 milyon tüketici Brezilya'daki perakende mağazalarını ziyaret eder. Sektör yenilik yapmaya devam etmekte ve birçok şirket Brezilyalı tüketicilere en iyi ürünleri sunmak için doğrudan ithalat yapmaktadır.

2022 yılında 500 lider süpermarket şirketi, 9.600 mağazasıyla, yani toplam mağaza sayısının %10 ile geçen yıla göre sektörde yaklaşık %21'lik bir artış göstermiştir. En büyük 500 perakendeci, 2022 yılında 97,2 milyar USD gelir elde etmiştir. Teknolojilerin yaygınlaşması, gelişmiş yönetim kapasitesi, tüketici araştırmaları ve daha yüksek yatırım seviyeleri, verimliliği sürekli olarak arttırmakta ve gıda perakendeciliğini yoğun rekabetin olduğu oldukça çekici bir sektör haline getirmektedir.



Şekil. Brezilya Gıda Perakende Endüstrisi Yıllık Gelirleri (Milyar Brezilay Reali)

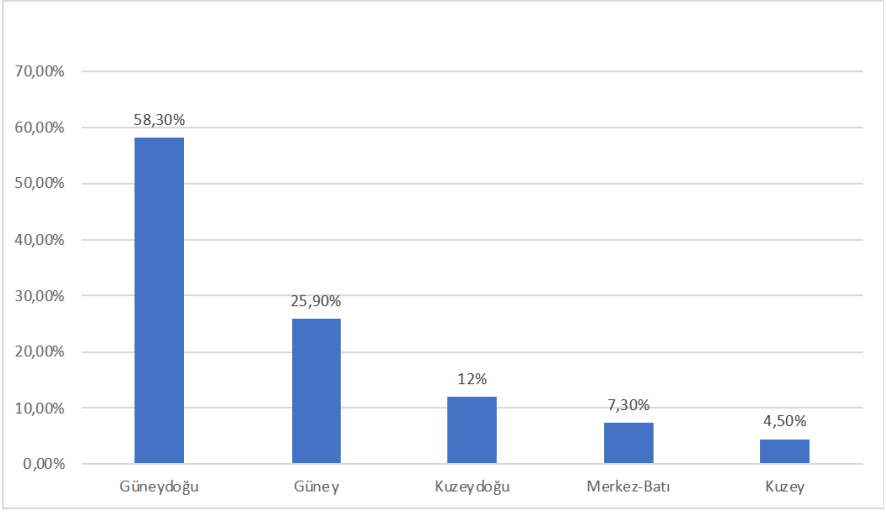
Çizelge. Başlıca Brezilya Gıda Perakendecilerinin Profilleri

Perakendeci Kategorisi	Toplam Satış (Milyar USD	Pay (%)	Mağaza Sayısı	Çalışan Sayısı
İlk 5	43,5	32,3	2618	273085
İlk 10	53,3	39,6	3260	354558
İlk 20	63,9	47,4	4252	447781
İlk 50	77,7	57,5	6773	597292
İlk 300	95,1	70,6	9091	815880
İlk 500	97,2	72,1	9558	841358

Perakendeci formatları esaslı incelendiğinde, 2014-2016 durgunluğu sırasında "Cash and Carry" patlaması yaşanmıştır. Sonraki yıllarda bu kanal güçlü büyümesini sürdürmüş ve Brezilya gıda perakendeciliği endüstrisinde baskın format haline gelmiştir. 2022 yılında bu format, genel süpermarket satışlarının yarısından fazlasını temsil etmiştir. Diğer tüm formatlar gibi, geleneksel süpermarketler de Cash and Carry" mağazalara karşı kayıplara uğramıştır. Ancak yine de gıda perakendeciliğinde en etkili ikinci segment konumundadır. Hipermarketler, mahalle mağazaları ve marketler toplam satışların sırasıyla % 8, %4 ve %0.5'ine sahiptir.

Brezilya kıta büyüklüğünde bir ülkedir ve ülkenin 26 eyalet ve Federal Bölgesi, beş bölgeye ayrılmıştır: Güneydoğu, Güney, Kuzey, Kuzeydoğu ve Merkez-Batı. 2022'de, São Paulo ve Rio de Janeiro eyaletlerini içeren Güneydoğu bölgesi, perakende satışlarda ve toplam mağaza sayısında aslan payına sahip olmuştur. Yalnızca Sao Paulo eyaletinde, perakende satış gelirlerinin %33'ü elde edilmiştir. Brezilya ekonomisinin

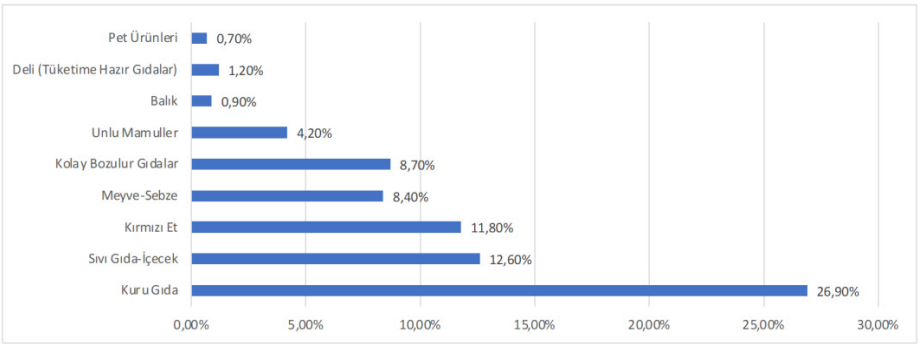
güç merkezi olan Sao Paulo, ülke servetinin yaklaşık %30'unu temsil etmektedir. Ayrıca ülkedeki en verimli altyapıya sahip olduğu için, perakendeciler de dahil olmak üzere çoğu çok uluslu şirket önce Sao Paulo'da faaliyet göstermekte ve ardından diğer bölgelere yayılmaktadır.



Şekil. Bölgesel Bazlı Brezilya Gıda Perakende Gelirleri (2022, Kaynak Brazilian Supermarket Association, ABRAS)

ABRAS ayrıca çeşitli gıda departmanlarının nasıl performans gösterdiğini anlamayı mümkün kılan göstergeler de oluşturmaktadır. Brezilyalı tüketiciler, 2014-2016 ekonomik durgunluğu, pandemi ve son enflasyon baskılarından bu yana daha muhafazakâr bir alışveriş anlayışı benimsemiştir. Kuru baklagiller, toplam satışların %26,9'unu temsil eden ana kategori konumunu korumuştur. Sıvı gıdalar-içecekler %12,6'lık payı ile ikinci ana kategori olmaya devam etmiştir. Ancak 2022 yılı bir önceki yıla göre %1,4 pay kaybetmiş olup, diğer tüm kategoriler istikrarlı büyümesini sürdürmüştür.

E-Ticaret gıda perakende sektörü için önemli bir kanal olmaya devam etmektedir. ABRAS'a göre, Brezilya'daki süpermarketlerin yaklaşık %35'i, toplam satışların yaklaşık %2,1'ini temsil eden e-Ticaret satışları yapmaktadır. E-Ticaret satışlarının yaklaşık %61,7'si ilgili kuruluşların uygulamaları aracılığıyla yapılırken, sırasıyla %24,2 ve %14,1 farklı uygulamalar ile teslimat ve pazar yeri uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.



Şekil. Brezilya Perakende Gıda-İçecek Satışlarında Dağılım (2022, ABRAS)

Brezilya Gıda Pazarının Avantajları

– Brezilyalı perakendeciler, kendilerini rakiplerinden farklı kılmak, yeni niş pazarlar geliştirmek ve üst düzey tüketicilerin dikkatini çekmek için yabancı ürünleri piyasaya arz ederler.
– Brezilyalı yüksek gelirli tüketiciler için fiyat her zaman belirleyici faktör değildir.
– Brezilyalı ithalatçılar rekabet edebilmek için portföylerini güncellemek zorunda oldukları için sık sık pazara yeni ürünler sunma arayışındadır.
– Ülkemiz ihracatçılarının yüksek hacimli ve farklı ortaklarla çalışma kabiliyeti ve potansiyel talepleri karşılama kabiliyeti ile Brezilya pazarı özellikleri uyumluluk gösterir.
– Tüketiciler, evde yemek yemeye daha fazla zaman ayırarak ve yemek pişirme becerilerini geliştirerek tüketim kalıplarını değiştirmektedirler.

Brezilya Gıda Pazarının Zorlukları

– İthal ürünler lüks mallar sınıfına girmektedir. Tüketiciler, Avrupa'yı gelenekle ilişkilendirir, bu da Avrupalı üreticilere bazı avantajlar sağlar.
– Üst düzey tüketiciler, ürünlerde yenilik, paketleme, durum, yeni trendler vb. konularda daha talepkârdır.
– İthalatçılar, pazarı test etmek için küçük miktarlarda alım yapma eğilimindedir.
– Perakendeciler ve distribütörler piyasaya yeni çıkan ürünleri ithal ederken dikkatli davranırlar ve genellikle daha küçük siparişlerle başlarlar. Münhasır sözleşmeler, Brezilya şirketleri için ortak bir maddedir.
– Tüketiciler, kendilerine paralarının karşılığında daha yüksek değer sağlayan ürünler aramaktadır. Kendilerini şımartmak isteseler de, lüks kavramı daha uygun fiyatlı lükse kaymıştır.

Brezilya Pazarına Giriş Stratejileri

Brezilya pazarı için ihracatçılarımız çoğu ithal gıda ve içeceğin yerel olarak üretilen seçeneklerle karşılaştırıldığında rekabetçi bir şekilde fiyatlandırılmadığının farkında olmalıdır. Brezilya gıda endüstrisi iyi gelişmiştir ve büyük çok uluslu şirketlerin pazarda sağlam bir varlığı vardır. Bu da sektörü son derece rekabetçi hale getirir. Gıda ve içecek dağıtımının yaklaşık %80'i perakende satış mağazaları aracılığıyla yapılmaktadır. Bu nedenle, perakendecilerle bir ilişki geliştirmenin görünürlüğü ve ulusal kapsamda ticareti garanti etmesi daha olasıdır. İhracatçılar, Brezilya'ya ürün ihracı öncesinde, yerel mevzuat ve koşullara uygunluktan emin olmak üzere ithalat koşul ve gerekliliklerini incelemeli ve uyumluluklarını doğrulamalıdır.

İlk olarak, ülkemiz ihracatçıları, ürünlerinin Brezilya pazarına erişip erişemeyeceğini belirlemelidir. Yasaların uygulanmasıyla ilgili olarak, Brezilya "pozitif yasama" ilkesini izlemektedir. Yani, ancak açıkça tespit edilenler uygulanabilir veya açıkça muhatap olunmayanlar yasaklanır.

Brezilya gıda endüstrisi iyi gelişmiştir ve büyük çok uluslu şirketlerin varlığı sektörü oldukça rekabetçi kılmaktadır. Ülkemiz ürünleri, yurt içinde üretilen mallar veya Mercosul menşeli ürünlerle fiyat açısından rekabet etmesi zaman zaman güçtür. Ülkemizden ve Mercosul üyesi olmayan diğer ülkelerden ithal edilen bir ürünün Brezilya pazarındaki perakende satış fiyatı, döviz kuru ve uygulanan ithalat tarifesi nedeniyle büyük olasılıkla premium fiyat kategorisine girecektir. Genel olarak, Amerika Birleşik Devletleri veya Avrupa'dan ithal edilen ürünler, perakende satış noktalarında üç ila beş kat daha yüksek FOB fiyatlarıyla karşılaşır. Bu nedenle genel olarak ihracatçılar, ithal

bir ürünün süpermarket raflarına ulaştığında, bunun premium fiyat kategorisine gireceğini ve bu nedenle tüketiciler tarafından tanınan premium özelliklere sahip olması gerektiğini hatırlamalıdır. İthal bir ürün genellikle lüks bir ürün olarak konumlandırılır. Dolayısıyla ithal gıda ve içecekler niteliksel ve niceliksel açılardan özellikle ABD ve Avrupa menşeili ürünlerle doğrudan rekabet etmektedir.

Çeşitli perakende formatlarında, doğrudan veya dolaylı olarak gıda, içecek, hammadde veya tüketime hazır ürünlerin ithalatı gerçekleşebilir. Ürün hacmi, perakendeciler için belirleyici faktördür. İthal edilecek hacim önemli değilse, perakendeciler ithal ürünleri yerel olarak distribütörlerden satın almayı tercih edeceklerdir. Aracılardan kaçınmak daha kârlı olsa da, bu yaklaşım yalnızca perakendeciler için uygun maliyetli halinde uygulanabilir.

Çoğu zaman, gıda ihracatçıları, bir distribütör aracılığıyla birden fazla perakende satış noktası aracılığıyla tüketicilere daha iyi erişebileceklerine inanarak, tek bir süpermarket zinciriyle iş yapma konusunda temkinli davranırlar. Bununla birlikte, bazı perakendeciler ulusal veya bölgesel düzeyde pazara önemli ölçüde nüfuz ettiğinden, bu durum mağaza raflarında daha az ülkemiz menşeili ürünün olmasına neden olabilir.

İthalat sürecinin her aşamasında gerekli prosedürlerin sayısı, ürün kategorisine bağlı olarak değişebilir. Yerel gereklilikleri yerine getirmek için ihracatçı, özellikle sevkiyat belgelerinin hazırlandığı ilk aşamada ithalatçı ile birlikte çalışmalıdır. Tarım, Hayvancılık ve Gıda Tedarik Bakanlığı (MAPA) ve Ulusal Sıhhi Gözetim Ajansı (ANVISA), ithal gıda ve içeceklerin ana sorumluluğunu paylaşmaktadır. Bu iki devlet organı, gıda tedarikinin güvenliğini sağlar ve tedarik zinciri boyunca tarımsal ürünlerle ilgili düzenlemeleri uygular.

MAPA, tüketici ürünleri ve ara ürün-hammadde kategorisindeki;

- Hayvansal ürünler: kırmızı et ve yan ürünleri, kümes hayvanları eti ve yan ürünleri, balık, deniz ürünleri, süt ürünleri, yumurta ve bal.
- İçecekler: alkollü ve alkolsüz (enerji içecekleri, soya, badem vb. gibi süt ürünü olmayan içecekler hariç).
- Meyve ve sebzeler: kurutulmuş ve taze.
- Margarin
- Buğday unu, tohumu
- Bitkisel yağlar (soya, pamuk, kanola, mısır, ayçiçeği)
- Dökme ürünler (Buğday, diğer tahıllar, pirinç, soya fasulyesi, pamuk, tütün, bakliyat, yer fıstığı)
- Evcil hayvan yemi, yemler ve yemler
- Bitkiler ve tohumlar
- Hayvanlar

ANVISA ise

- Gıda: tüketici tarafından kullanıma hazır veya işlenmiş tüm ürünler (MAPA'nın yetkisi altındakiler hariç)
- İçecekler: enerji içecekleri, soya, badem vb. gibi süt ürünü olmayan içecekler.
- Şeker, tatlandırıcılar, maden suyu, aromalı sular, katkı maddeleri ve diğer bileşenler (MAPA'nın yetkisi altındakiler hariç)
- Yağlar (MAPA'nın yetkisi altındakiler hariç)

alanında yetkili otoritelerdir. Brezilya hükümeti 2022 yılı itibari ile ülkenin hukuk sistemi için teknik ve idari prosedürler oluşturan genel mevzuatı gözden geçirmekte ve

birleştirmektedir. Bu kapsamda ANVISA ve MAPA da düzenleme ve uygulamalarında güncellemelere gitmektedir. Bu nedenle, olası uygunsuzluk ve gümrükleme yüklerinden kaçınmak için güncel mevzuat ve uygulamalara dair Brezilya ithalatçılarla yakın temas ve iletişimde bulunmak yararlıdır.

Sevkiyat Öncesi, Brezilya mevzuatına göre, tüm bileşenlerin (katkı maddeleri dahil) tüketim için onaylanan "olumlu" listelerde yer aldığına dikkat edilmelidir. Ek olarak, tüm gıda ve/veya içecek bileşenleri, resmi şartnamelere ve tolerans seviyelerine uygun olmalıdır. Brezilya'da uygulanmakta olan "Teknik Yönetmelik", herhangi bir ürün için "Kimlik ve Kalite Standardı" (PIQ) oluşturur. Bu uygulama, yalnızca özel olarak izin verilen ürünlerin (katkı maddeleri, renklendiriciler, koruyucular vb. dahil) pazara girmesine izin verildiği anlamına gelmektedir. ANVISA düzenlemelerine göre, yeni bileşenler içeren gıda ürünleri ve önceden belirlenmiş tolerans seviyelerinden daha yüksek olan onaylanmış bileşeneler içeren gıdalar "yeni gıdalar" olarak kabul edilir. Bu ürünler ithalattan önce analiz ve onay için ANVISA'ya sunulmalıdır. Bu nedenle ithalatçı, ürün bileşimi, katkı limitleri ve gıda güvenliği kriterleri konusunda bir uygunluk çalışması yapmalıdır.

Tüketici ürünleri için etiketleme, sağlık beyanları ve uyarılara ilişkin genel mevzuata ve ayrıca belirli gıda ve içecek ürünü kategorisine ilişkin düzenlemelere uygunluk sağlanmalıdır. Etiketleme koşulları ilgili teknik yönetmelikte ve Tüketiciyi Koruma Kanununda yer almaktadır. Brezilya mevzuatı, ileri işleme amaçlı ürünlerde (hammadde, ara-mamul gibi) etiketleme gerektirmez. Ancak ihracatçı, ithalatçıya gerekli tüm bilgileri sağlamalıdır. İhracatçı tarafından verilen bilgiler ürün ambalajı (gıda servis ve endüstriyel kullanım paketleri) dışında olabilir. Yine de fatura veya teknik açıklama sayfası gibi ürünle birlikte gelen belgelerde bu bilgilere yer verilmesi yararlıdır. Ayrıca, ANVISA ve MAPA yetkisi altındaki bazı ürünler kayda tabi oldukları göz önünde tutulmalıdır.

Sevkiyattan önce proforma faturanın bir nüshasının ithalatçı ile paylaşılması tavsiye edilir. Faturada bildirilen yetersiz bilgi nedeniyle gecikmeler çok yaygındır. Bunu önlemek için, ithalatçılar genellikle sevkiyattan önce bilgileri kontrol etmek için faturanın bir kopyasını isterler. Tüm ithalat işlemleri, Entegre Dış Ticaret Sistemi (SISCOMEX) adı verilen otomasyon sistemi aracılığıyla gerçekleşir. İthalatçı, ideal olarak sevkiyattan önce alınması gereken "İthalat Lisansı"nı (LI) talep eder. MAPA kapsamındaki tüm gıda ve içecekler için geçerli olan "otomatik olmayan gümrükleme" kategorisindeki ürünler için "İthalat Lisansı" zorunludur. Faturada yer alan bilgiler, Lisans Bilgilerinde yer alanlarla uyumlu olmalıdır.

Sevkiyat Talimatları, ürün miktarı, ödeme şekli, taşıma sıcaklığı ve var ise diğer koşullar, paketleme, kullanılan palet vb. gibi satış ve ürünün sevkiyattaki durumu ile ilgili tüm bilgileri içeren bir belgeden oluşur. Sevkiyat Talimatları ayrıca tüm ithalatçıya gönderilecek belgeler arasında yer almalıdır. Brezilya'ya ürün göndermeden önce, ihracatçılar ahşap paletler ve ahşap ambalaj düzenlemelerinden haberdar olmalıdır. Paletler, Uluslararası Bitki Sağlığı Önlemleri N° 15 Standartlarına (ISPM 15) uygun olmalı ve Uluslararası Bitki Koruma Sözleşmesi (IPPC) damgasını taşımalıdır. ISPM 15 standartlarını benimsemeyen ülkeler için, IPPC mührü yerine bitki sağlığı sertifikası, tedavi kayıtlarında ek bir beyan veya Ulusal Bitki Koruma Örgütü (NPPO) tarafından damgalanmış bir sertifika kullanılabilir. Hem işlenmiş hem de işlenmemiş ahşap paletler her zaman MAPA tarafından denetlenir. Müfettişler zararlıların varlığını kontrol etmekte ve kargoyu bu kontrol sonucuna göre serbest bırakma kararı almaktadırlar. Olumsuz karar alınması halinde, paletlerin/kargoların menşe ülkeye geri gönderilmesi ile ilgili masraflar, ihracatçı/ithalatçıların sorumluluğunda olmaktadır.

Pazar Yapısı ve Trendler

Brezilya'da çeşitli gıda dağıtım biçimleri içerisinde, tarımsal ürünlerin ithalatı doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleşebilir. Hacim, tüm olası paydaşlar için belirleyici faktördür. Hacmin önemli olmadığı durumlarda perakendeciler, gıda hizmet sektörü ve hatta gıda üreticileri, ithal ürünleri yerel olarak distribütörlerden satın almayı tercih ederler. Genel olarak distribütörler, ihracatçılardan münhasır veya yarı münhasır bir sözleşme talep eder. İkinci durumda, sözleşme, coğrafi alanlar içindeki dağıtıma sınırlamalar ve/veya ürün gruplarına kısıtlamalar getirir. Brezilyalı ithalatçılar riskten kaçınma eğilimindedir, bu da ilk alımların az sayıda paletle, düşük miktarda satın alma eğiliminde olduğu ve pazar kabulü gerçekleştikten sonra arttığı anlamına gelir.

Brezilya Gıda Üreticileri Derneği'ne (ABIA) göre, ülkenin gıda işleme endüstrisi 2021 yılında bir önceki yıla göre %16,9 artışla 171 milyar USD büyüklüğe ulaşmıştır. Daha yüksek üretim maliyetlerinin baskısına rağmen sektörün 2022 yılındaki büyümesi ise %2 seviyesindedir. Brezilya gıda sanayi, çoğunluğu küçük ve orta ölçekli şirketler olmak üzere 37.200'den fazla kuruluş içerir.

Döviz kurunun yıllar içinde yarattığı aşırı oynaklığa rağmen Brezilya, dünyanın en büyük tarım ürünleri ithalatçısı ve Güney Amerika'nın en büyük ithalatçısı konumunu korumuştur. Brezilya, son beş yılda, COVID-19 salgınından olumsuz etkilenen tüketici odaklı ve ara ürün girişleri dışında, tarım ürünleri ithalatını önceki beş yıl ile aynı seviyede tutmayı başarmıştır. Brezilya'nın tüketici odaklı ürünler segmentindeki başlıca ortakları, Mercosul üyeleri (Arjantin, Paraguay ve Uruguay), Şili (Mercosul ile ilişkili bir ülke), Avrupa Birliği (Birleşik Krallık dahil), Çin ve ABD'dir. Mercosul üyeleri ve Şili serbest ticaret anlaşmalarından yararlanırken, Çin piyasaya daha düşük fiyatlı ürünler sağlamaktadır. Avrupa ülkeleri ve ABD doğrudan rakiptir ve ürünleri yüksek fiyatlarla sunar. ABD ve Avrupa ülkeleri benzer kalite ve standartlarda ürünler sunmakta olup, bununla birlikte, Avrupa ülkelerinden Brezilya'ya tüketici odaklı ürün satışları sürekli olarak daha yüksek düzeydedir.

2021 yılında Brezilya'nın tüketici odaklı gıda ürünleri ithalatı, bir önceki yıla göre %4 artışla 4,3 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Tarihsel olarak, Brezilya'nın Avrupa ile güçlü kültürel bağlara dayanan uzun süredir devam eden bir ilişkisi vardır. Avrupalı yerleşimciler ve göçmenler Brezilya toplumunu önemli ölçüde şekillendirmişler ve bu etki Brezilya yemek kültürünü güçlü bir şekilde etkilemiştir. Avrupa ürünlerinden farklı olarak, ABD'deki gıda ve içecek ürünleri, yüksek fiyatlarına rağmen, üstün özelliklere sahip olmakla daha az ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte, ülkemiz gıda endüstrisinin mevcut trend ve eğilimlere uygun, çeşitli ve yenilikçi olarak arz edeceği ürünlerin de Brezilya pazarında statü ve ilgi kazanması mümkündür.

Ara-ürünler segmentinde incelendiğinde ise Brezilya'nın gıda katkı maddeleri arzının sınırlı olduğu ve ülkenin gıda katkı maddeleri ithalatına büyük ölçüde bağımlı bulunduğu görülmektedir. Çin, antioksidanlar, renklendiriciler, vitaminler, mineraller ve diğerleri gibi katkı maddelerinin Brezilya'ya önde gelen ihracatçısıdır. Süt içerikleri, bitki proteinleri, emülgatörler, lifler ve diğerleri gibi daha teknolojik bileşenler söz konusu olduğunda ise Avrupa ülkeleri ve ABD önde gelen ihracatçılardır.

Diğerlerinin yanı sıra Cargill, ADM, Bunge, International Flavours and Fragrances (IFF) gibi çok uluslu şirketler Brezilya'da uzun yıllardır faaliyet göstermekte ve büyük gıda üreticileri için önemli tedarikçi pozisyonundadırlar. Özellikle orta ve küçük ölçekli üreticiler için ise buğday ve baklagiller unları, malt, fındık, yemişler, bitkisel yağlar ve bitkisel proteinler, son yıllarda bu kuruluşlar tarafından dışarıdan tedarik edilen içerik maddelerine örnektir. Ayrıca, et ikamelerine yönelik tüketici talebi son yıllarda artmıştır. Kırmızı et ürünleri sanayisi Brezilya'da mevcut talebi karşılamak için bitki bazlı ürünlere yatırım yapmaktadır. Portföylerinde hamburgerler, sosisler, ve diğer bitkisel dondurulmuş yiyecekler bulunmaktadır. Süt alternatifleri de önemli artış trenine sahip olan ara-ürün ve hammadde kategorileri arasındadır. Ayrıca bir diğer niş pazar bitkisel peynirler, yoğurtlar ve dondurmalardır.

Gıda perakendeciliğinde ise, 2022 yılında Carrefour önceki yıla göre 5 milyar Brezilya Reali üzerindeki artışla 21 milyar Brezilya Reali'ne eşdeğer satışla Brezilya'nın en büyük perakendecisi olarak üst üste yedinci kez liderliğini sürdürmüştür. İkinci sırada yer alan Assai, 51'i 2022 yılında açılan 263 mağazasıyla 11,6 milyar USD ciroya ulaşmıştır. Aşağıdaki Çizelgede Brezilya'daki ilk on perakendeci ve bunların pazar paylarına dair veriler yer almaktadır.

Çizelge.5 Brezilya Başlıca Gıda Perakendecileri

Kuruluş	Merkez	Satış (USD)	Pazar Payı (%)	Mağaza Sayısı
Carrefour	Sao Paulo	20,940,310,078	15,5	1203
Assai	Sao Paulo	11,569,767,442	8,6	263
Grupo Mateus	Maranhao	4,767,988,566	3,5	232
Grupo Pao de Acucar	Sao Paulo	3,591,279,070	2,7	658
Supermercados BH	Minas Gerais	2,715,488,049	2,0	262
Grupo Muffato	Parana	2,334,172,532	1,7	88
Grupo Pereira/SDB	Sao Paulo	2,175,192,829	1,6	81
Cencosud	Sao Paulo	2,154,210,033	1,6	218
Mart Minas/DOM	Minas Gerais	1,612,882,138	1,2	70
DMA Distribuidora	Minas Gerais	1,484,742,869	1,1	185

İthal gıda ürünlerinin süpermarket raflarına ulaşırken yüksek satış fiyatlarıyla arz edildiği düşünüldüğünde, ihracatçıların iyi bilinen markaları, üst düzey nitelikleri, bir yıl veya daha uzun raf ömrünü, çekici ambalajları ve statü ve yenilik düzeyi kazandıran ürünleri göz önünde bulundurması gereken genel özellikler olarak belirtebiliriz. Bu özellikleri bir arada bulunduran ürünlerin pazara başarılı bir şekilde girme olasılığı daha yüksektir.

Belirli bileşenlere karşı gıda alerjisi ve/veya intoleransı, bitkisel ürünler ve bileşenlerle birlikte Brezilya pazarında önem kazanan ürünler haline gelmiştir. Sınırlı sayıda yerel tedarikçi bu ürünleri perakende düzeyinde sunmaktadır. Uluslararası tedarikçiler bu niş pazarda büyük fırsatlar yakalayabilir. Doğal ve organik segmentler de bir başka çekici alan olmakla birlikte organik ürün kategorisi için, Brezilya yasal çerçevesine uymaya ilişkin maliyetler, yabancı tedarikçiler için bir yük olabilir. Ayrıca daha az sodyum, daha az şeker, daha az yağ ve daha az kalori talepleri, tüm dünyada olduğu gibi Brezilyalı tüketiciler için de öne çıkmaya başlamıştır.

Çizelge.6 Brezilya'nın İthal Ettiği Başlıca Tüketici Ürünleri

Kategori	Değer (Milyon USD)	%Değişim (2022/2021)
Süt ürünleri	1004	44,06
İşlenmiş Sebzeler	671	16,37
Taze meyveler	407	39,66
Et ve Et Ürünleri	382	31,8
Çikolata ve Diğer Kakao Ürünleri	214	-5,87
Alkolsüz İçecekler	198	74,26
Taze Sebzeler	198	-3,85

Brezilya Pazarında Rekabet

Brezilya, Latin Amerika'nın en büyük ekonomisi olmasına rağmen, düşük ticaret penetrasyonu ve tüketici odaklı ürünler kategorisinde faaliyet gösteren az sayıda ihracatçı ile diğer büyük ekonomilere kıyasla hala nispeten kapalı olarak tanımlanabilir. Yine de Brezilya, dünyanın en büyük 22. tüketici odaklı ürün ithalatçısıdır. 2017-2021 döneminde tüketici ürünleri ithalatı, Brezilya para biriminin yaklaşık %61 oranında değer kaybetmesine rağmen 4 milyar USD ile istikrarlı performansını sürdürmüştür. 2021 döneminde tüketici ürünleri ithalatı, Brezilya para biriminin yaklaşık %61 oranında değer kaybetmesine rağmen 4 milyar USD ile istikrarlı performansını sürdürmüştür. 2021 yılında Brezilya'nın tüketici odaklı gıda ürünleri ithalatı, bir önceki yıla göre %4 artış göstererek 4,3 milyar USD seviyesine ulaşmıştır. 2017-2021 boyunca Mercosul pazar payı %37-35, Şili %8-9, AB %28-32 ve Çin %5-6 arasında dalgalanmaya sahiptir. Bu değer aralığı ABD için ise %5-7 olarak gerçekleşmiştir. Brezilya'da ithal edilen tüketici ürünleri lüks mallar olarak kabul edilmektedir. Süpermarket raflarına ulaşırken üst

düzey özellikler tüketiciler tarafından algılanabilir olmalıdır. Brezilyalılar yıllar içinde özel ürünlere daha fazla ilgi duymaya başladıkça tüketicilerin bu tercihlerinin ortaya çıkarttığı fırsatlardan yararlanılabilir.

Çizelge. Brezilya Tüketici Ürünleri İthalatı (2017-2022, Milyon USD)

	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%
Dünya	4359	100	4213	100	4245	100	4063	100	4337	100	5183	100
Mercosul	1597	37	1489	35	1508	36	1493	37	1585	37	2016	39
AB	1221	28	1283	30	1322	31	1207	30	1391	32	1581	31
Şili	395	9	382	9	347	8	373	9	364	8	444	8,6
Çin	278	6	233	6	251	6	278	7	221	5	278	5,4
ABD	281	6	250	6	244	6	219	5	212	5	215	4,2
Diğerleri	587	14	577	14	572	13	493	12	563	13	649	12

Kaynak: Trade Data Monitor, Secex

Brezilya, ülkenin büyük nüfusu ve işlenmiş gıdalara artan talebi göz önüne alındığında, gıda katkı maddeleri ve katkı maddeleri için önemli bir pazardır. Bununla birlikte, ülke gıda bileşenlerinin küçük bir üreticisidir ve bu da onu bu ürünlerin ithalatına büyük ölçüde bağımlı hale getirmektedir. Çin ve bazı Avrupa ülkeleri, Brezilya'ya gıda endüstrilerinde kullanılmak üzere üretilen ara ürünlerin başlıca ihracatçılarıdır. Amerika Birleşik Devletleri aynı zamanda Brezilya'ya önemli gıda hammadde ve katkı maddesi ihracatçısıdır, ancak birçok durumda Çin, aynı kalitede ürünü ABD fiyatlarına kıyasla daha ucuza sunmaktadır.

Brezilyalı şirketlerin fiyatlara oldukça duyarlı olması, Çin'i Brezilya pazarındaki en önemli rakiplerden biri yapmaktadır. Avrupa ülkeleri de Brezilya'ya gıda katkı maddeleri tedarik etmektedir. Avrupa'dan gelen ürünün fiyatı Amerika Birleşik Devletleri'ndekine benzer düzeydedir. Hollanda, Danimarka ve Almanya gibi ülkeler, gıda bileşenleri konusunda Çin'den sonra öne çıkan ülkelerdir. Gıda katkı maddeleri için son derece rekabetçi küresel pazar göz önüne alındığında, Brezilya şirketleri, malzemeleri yurt dışından tedarik ederken kalite ve fiyatlarını dikkate almaktadır. Ülke gıda endüstrisinde büyüme yaşamaya devam ettikçe, gıda bileşen ve katkı maddelerine olan talep muhtemelen artacak ve bu da Brezilya şirketlerinin güvenilir ve uygun maliyetli tedarikçi alternatiflerine sahip olmasını daha da önemli hale getirecektir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	**2022**	**2023***	**2024***	**2025***	**2026***	**2027***	**2028***
GSYİH (Cari Fiyatlar - milyar $)	1648,7	1924,13	2081,24	2210,62	2321,85	2,449	2587,52	2758,83
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar - %)	5	2,9	0,9	1,5	1,9	2	2	2
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	7 755	8 995	9 673	10 218	10 676	11 202	11 658	12 124
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	8,3	9,3	5	4,8	3	3	3	3
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-2,8	-2,9	-2,7	-2,7	-2,6	-2,6	-2,5	-2,4
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	11,1	7,9	8,2	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1
Nüfus (milyon)	212,61	213,91	215,16	216,35	217,48	218,62	221,95	227,55
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	90,7	85,9	88,4	91,5	93,7	95,2	96	96,2

*Tahmin Kaynak: Nisan 2023,IMF

2023 yılında cari fiyatlara göre, 2,08 trilyon dolar olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 2,21 trilyon dolar olması beklenmektedir. Brezilya, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 10. büyük ekonomisidir.

2023 yılında sabit fiyatlara göre %0,9 oranında büyümesi beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %1,5 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

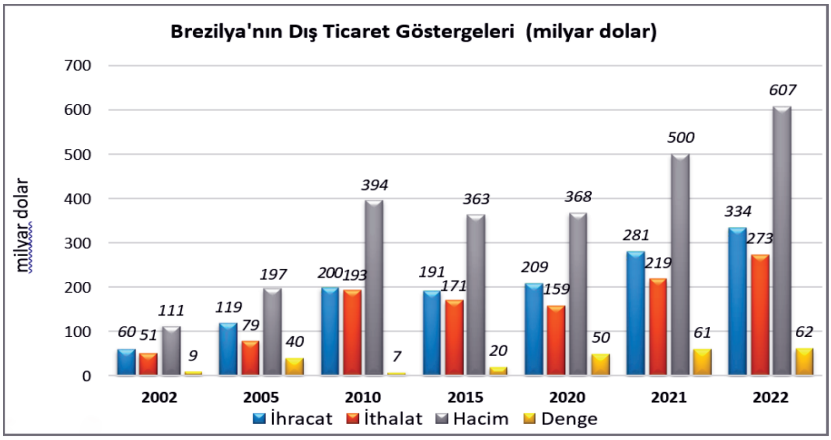
2023 yılında % 5 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında % 4,8 olacağı tahmin edilmektedir. Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %8,2 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 27. sırayı alacağı tahmin edilmektedir. (IMF)

Cari fiyatlara göre Brezilya, 2023 yılında 9 673 dolarlık kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 83. sırada yer almaktadır.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

2022 yılında Brezilya'nın ihracatı %19,1 artarak 334 milyar dolar, ithalatı %24,3 artarak 273 milyar dolar olmuştur. 2022 yılında ihracatta dünyada %1.4 pay ile 24. sırada olan Brezilya, ithalatta dünyada %1,1 pay ile 25. sıradadır.



Kaynak: Trademap

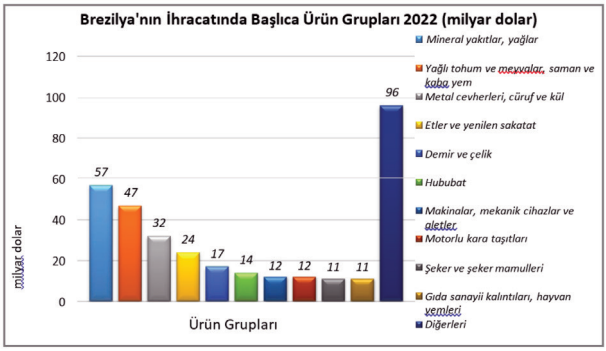
Brezilya, geleneksel pazarı olan Amerika kıtası ve Avrupa Birliği'nin yanında son dönemde Afrika, Orta Doğu ve Körfez, Doğu Avrupa ve Asya pazarlarına ihracatını önemli ölçüde artırmıştır. Güney-Güney ticareti olarak tanımlanan ve dünya ticaretinde giderek daha ağırlık kazanan eğilimde Brezilya'nın payı büyüktür.

Brezilya ihracatta sergilediği başarısını ihraç mallarını çeşitlendirerek ve geleneksel pazarlarının dışında kalan pazarlara açılarak elde etmiştir. Tarım ürünlerinin yanı sıra uçak, otomotiv, demir, kimyasallar, makine, ayakkabı, kağıt, elektrik ve elektronik gibi endüstri ürünleri de önemli ihraç kalemleri arasına girmiştir.

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

Brezilya'nın 2022 yılı ihracatında başlıca ürünler arasında; soya fasulyesi, ham petrol, demir cevherleri ve konsantreleri, petrol yağları, mısır, şeker kamışı şekeri ve kimyaca saf sakaroz, sığır eti (dondurulmuş), soya küspesi, tavuk eti (dondurulmuş) ve kahve ilk sıralarda yer almaktadır.



Kaynak: Trademap

İthalat

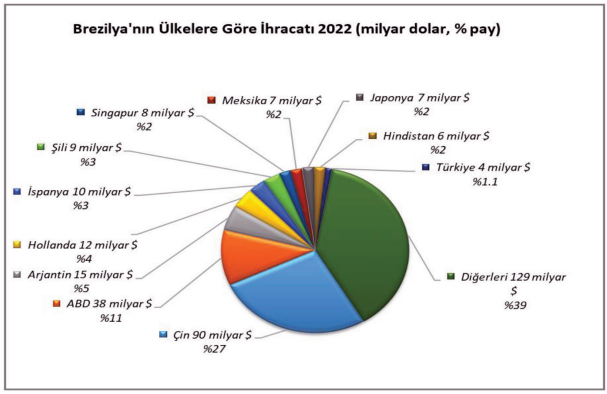
Brezilya'nın 2022 yılında ithal ettiği ürünler arasında; petrol yağları, ham petrol, potaslı mineral ve kimyasal gübreler, azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral ve kimyasal gübreler, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, haşarat öldürücüler, azotlu mineral ve kimyasal gübreler, petrol gazları, elektronik entegre devreler ve turbojetler, turbopropeller ve diğer gaz türbinleri ilk sıralarda yer almaktadır.

Kaynak: Trademap

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

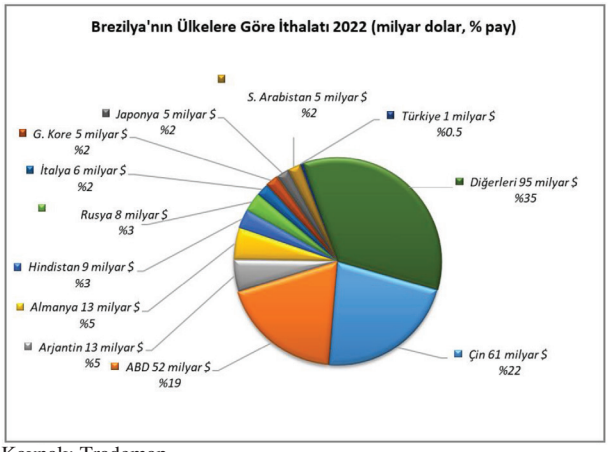
Brezilya'nın ihracat yaptığı başlıca ülkeler Çin, ABD, Arjantin, Hollanda, İspanya, Şili, Singapur, Meksika, Japonya ve Hindistan olup, ülkenin ihracatında Türkiye %1,1 pay ile 22. sıradadır.



Kaynak: Trademap

İthalat

Brezilya'nın ithalat yaptığı başlıca ülkeler Çin, ABD, Arjantin, Almanya, Hindistan, Rusya, İtalya,G. Kore, Japonya ve S. Arabistan'dır. Ülkenin ithalatında Türkiye % 0,5 pay ile 37. sıradadır.



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Brezilya hükümeti, ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunacağına inanılan ve hükümetin öncelikli alanlar listesinde yer alan sektörlerdeki yatırımlara teşvik sağlamaktadır. Bu alanlar; tarım, teknoloji, emek ağırlıklı sanayi kolları ile ihtiyacı ithalat yoluyla karşılanan malların üretimini kapsamaktadır. Turizm, ağaçlandırma, gemi yapımı, selüloz, kimya, petro-kimya, otomotiv, uçak sanayi ile tekstil ve gıda sektörleri de teşvik sağlanan alanlardır. Ülkeye gelen yabancı sermayenin Merkez Bankasında kaydedilmesi zorunludur. Bu, yatırımcının ve yapılan yatırım miktarının tespiti için gereklidir. Elde edilen kârın yatırımcı ülkeye ödenmesi ve transferi yatırımın yapıldığı para birimi üzerinden gerçekleştirilir.

Mali kurumlar ve özelleştirilmiş şirketler ile iletişim, havacılık, madencilik ve hidro-enerji, elektronik, deniz taşımacılığı sektörleri dışında kalan sektörlerde %100 yabancı sermayeli yatırıma izin verilmektedir.

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve GSYİH'ya Oranı (Milyar Dolar)

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım (milyon $)	46 439	90 572	92 384	94 232	96 116	98 038	99 999
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (%)	2,82	4,70	4,50	4,40	4,20	4,10	4,00
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon $)	901 421	991 993	1 084 377	1 178 609	1 274 725	1 372 763	1 472 763
Ülke dışına giden doğrudan yatırım(milyon $)	- 16 239	- 30 694	- 20 000	- 21 000	- 22 050	- 23 153	- 24 310
Ülke dışına yapılan doğrudan yatırım stoku (milyon $)	474 096	504 790	524 790	545 790	567 840	590 993	615 303

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

Serbest Bölgeler

Amazon Bölgesi'nin merkezi olan Manaus'ta bulunan Manaus Serbest Bölgesi Brezilya'nın en eski ve en gelişmiş serbest bölgesidir. Brezilya'daki diğer serbest bölgelere göre daha fazla avantaj sağlamaktadır. ANDEAN, MERCOSUR, CARICOM ve NAFTA ekonomik bloklarının merkezinde olması nedeniyle dünya pazarlarıyla ilişkide stratejik bir öneme sahiptir.(www.suframa.gov.br)

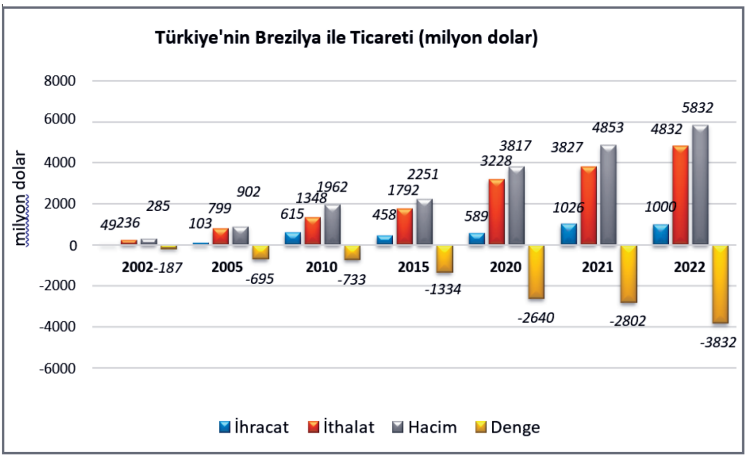
Brezilya'daki diğer 7 serbest bölge: Macapa/Santana - Amapá; Brasiléia and Cruzeiro do Sul - Acre; Boa Vista and Bonfim- Roraima; and Guajará-Mirim - Rondônia dır. Bu bölgede bulunan ve üretimlerinin büyük bir kısmını ihraç eden firmalar ithalat vergilerinden muaftırlar. Yalnızca MANAUS Serbest Bölgesi üretim üssü haline gelmiş, diğerleri ise yalnızca ticari amaçlarla kullanılmaktadır.

5.TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

2022 yılında Brezilya'ya ihracatımız 1 milyar dolar (bir önceki yıla göre % 3 azalış), ithalatımız ise 4,8 milyar dolar (bir önceki yıla göre % 26 artış) olup, Brezilya ile ticarette Türkiye'nin 3.832 milyon dolar dış ticaret açığı verdiği gözlenmektedir.

Türkiye-Brezilya Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

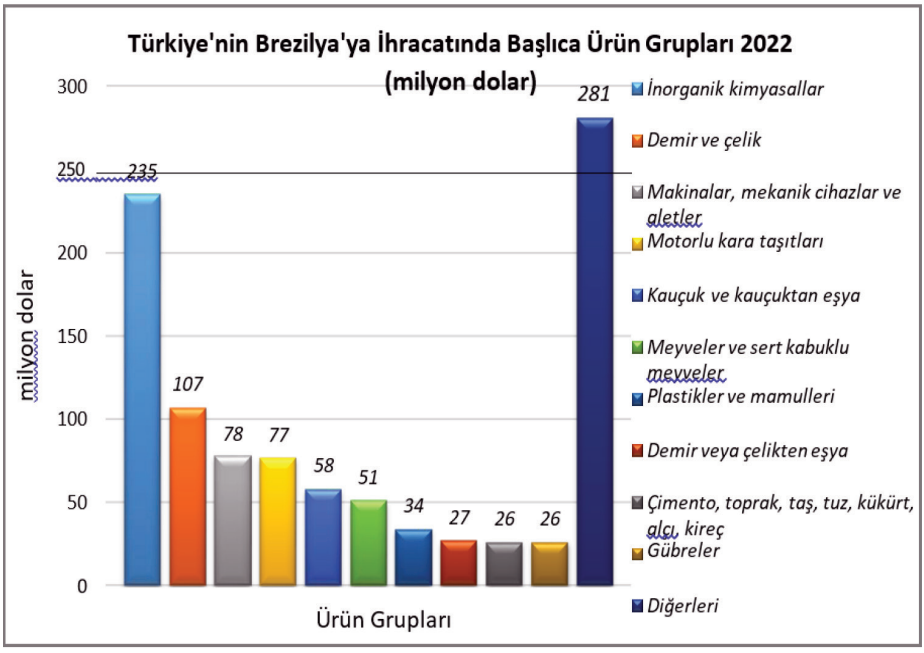
Türkiye'nin Brezilya'ya İhracatında Başlıca Ürünler

Brezilya'nın 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- Karbonat; peroksikarbonat; amonyum karbomat içeren ticari amonyum karbonat (GTİP:2836) ithalatının %36'sı (206 milyon $)
- İnşaat demiri (GTİP:7214) ithalatının %54'ü (86 milyon $)
- Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş) (GTİP:0802) ithalatının %40'ı (41 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde) (GTİP:7213) ithalatının %23'ü (29 milyon $)
- Karayolunda kullanılan motorlu taşıtlar için karoseriler (şoför mahalleri dahil) (GTİP:8707) ithalatının %36'sı (26 milyon $)
- Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler (GTİP:2707) ithalatının %8'i (20 milyon $)
- Boratlar; peroksiboratlar (perboratlar) (GTİP:2840) ithalatının %58'i (20 milyon $)

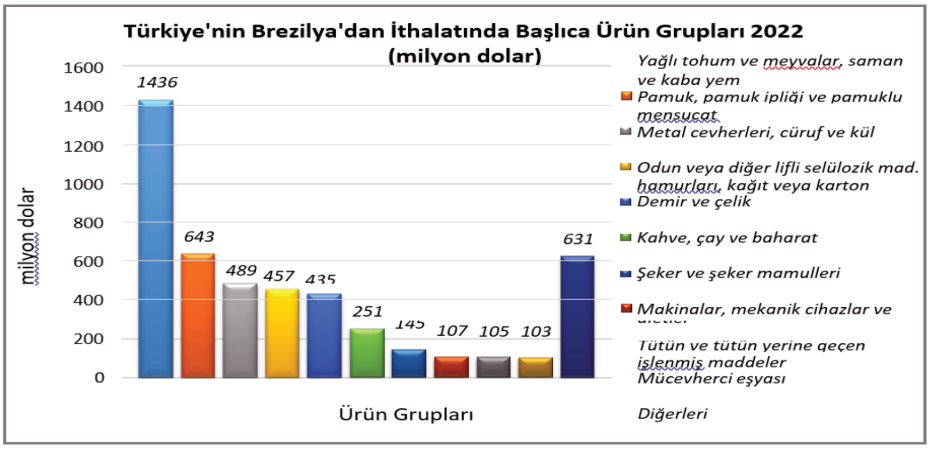
– Meyve (kurutulmuş) (0801, 0806'de kiler hariç)08. fasıldaki sert ve kabukluların karışımları (GTİP:0813) ithalatının %37'si (18 milyon $)
– Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.(yüzme kıyafetleri hariç) (GTİP:6204) ithalatının %8'i (16 milyon $)
– Sülfatlar; şaplar; peroksisülfatlar (persülfatlar) (GTİP:2833) ithalatının %7'si (16 milyon $) Türkiye'den yaıldığı görülmektedir.

Türkiye'nin Brezilya'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Brezilya'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1: Brezilya'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**209 180 242**	**280 814 577**	**334 463 079**	**100**	**19,1**
1.	1201	Soya fasulyesi	28 564 147	38 638 731	46 664 334	14	20,8
2.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	19 613 858	30 608 982	42 688 099	12,8	39,5
3.	2601	Demir cevherleri ve konsantreleri	25 789 231	44 660 652	28 888 658	8,6	-35,3
4.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	5 058 434	7 263 332	13 036 328	3,9	79,5
5.	1005	Mısır	5 853 003	4 188 846	12 264 070	3,7	192,8
6.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	8 744 188	9 186 406	11 003 830	3,3	19,8
7.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	6 679 114	6 971 214	10 938 226	3,3	56,9
8.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	5 909 220	7 342 745	10 339 530	3,1	40,8
9.	0207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	5 554 532	6 953 531	8 888 132	2,7	27,8
10.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	4 996 305	5 833 257	8 542 533	2,6	46,4
11.	4703	Sodalı veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	5 688 686	6 391 814	7 906 359	2,4	23,7
12.	7207	Demir veya alaşımsız çelikten yarı mamuller	2 717 078	5 557 233	5 589 155	1,7	0,6
13.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	4 903 473	5 294 257	4 907 613	1,5	-7,3
14.	8703	Otomobiller	2 713 511	3 277 512	4 635 532	1,4	41,4
15.	7202	Ferro alyajlar	2 627 903	3 475 380	4 075 201	1,2	17,3

Kaynak: Trademap, Brezilya Verileri

EK-2: Brezilya'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**158 786 825**	**219 408 049**	**272 701 734**	**100**	**24,3**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	7 387 723	13 435 787	23 570 307	8,6	75,4
2.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	2 613 734	3 995 459	9 916 247	3,6	148,2
3.	3104	Potaslı mineral veya kimyasal gübreler	2 617 639	4 261 749	8 930 870	3,3	109,6
4.	3105	Azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler	2 586 639	5 576 724	7 714 660	2,8	38,3
5.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	5 069 131	7 142 473	7 509 087	2,8	5,1
6.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici,bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	3 693 775	4 120 672	6 863 893	2,5	66,6
7.	3102	Azotlu mineral veya kimyasal	2 502 497	4 375 023	6 682 958	2,5	52,8
		gübreler					
8.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	1 750 384	5 926 064	6 306 603	2,3	6,4
9.	8542	Elektronik entegre devreler	4 037 393	5 137 623	5 845 919	2,1	13,8
10.	8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	3 322 180	4 212 387	5 738 151	2,1	36,2
11.	8541	Diyodlar, transistörler vb yarı iletken tertibat; ışık yayan diyodlar; monte edilmiş piezo elektrik kristaller	1 417 655	2 790 064	5 627 897	2,1	101,7
12.	2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb.katı yakıtlar	1 613 962	2 770 754	5 546 889	2	100,2
13.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	3 351 081	6 805 159	5 389 368	2	-20,8
14.	2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	2 569 421	3 315 023	4 743 944	1,7	43,1
15.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	4 484 926	4 409 002	4 488 715	1,6	1,8

Kaynak: Trademap, Brezilya Verileri

EK-3: Brezilya'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**209 180 242**	**280 814 577**	**334 463 079**	**100**	**19,1**
1.	Çin	67 788 075	87 907 888	89 718 899	26,8	2,1
2.	ABD	21 615 716	31 336 286	37 643 829	11,3	20,1
3.	Arjantin	8 488 738	11 878 463	15 348 623	4,6	29,2
4.	Hollanda	6 705 000	9 316 020	11 910 549	3,6	27,9
5.	İspanya	4 056 873	5 433 174	9 760 700	2,9	79,7
6.	Şili	3 849 843	7 018 693	9 114 561	2,7	29,9
7.	Singapur	3 670 977	5 820 714	8 345 489	2,5	43,4
8.	Meksika	3 829 385	5 560 487	7 055 354	2,1	26,9
9.	Japonya	4 127 277	5 539 500	6 603 070	2	19,2
10.	Hindistan	2 884 745	4 799 018	6 340 499	1,9	32,1
11.	Almanya	4 123 730	5 042 729	6 267 794	1,9	24,3
12.	G. Kore	3 762 437	5 670 845	6 242 031	1,9	10,1
13.	Kanada	4 229 943	4 922 330	5 382 042	1,6	9,3
14.	Kolombiya	2 290 912	3 346 823	5 059 463	1,5	51,2
15.	İtalya	3 054 951	3 861 533	4 823 498	1,4	24,9
…	…	…	…	…	…	…
22.	**Türkiye**	**2 764 624**	**3 158 206**	**3 551 122**	**1,1**	**12,4**

Kaynak: Trademap, Brezilya Verileri

EK-4: Brezilya'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**158 786 825**	**219 408 049**	**272 701 734**	**100**	**24,3**
1.	Çin	34 778 441	47 650 946	60 744 585	22,3	27,5
2.	ABD	28 207 119	39 692 465	51 705 602	19	30,3
3.	Arjantin	7 897 096	11 948 896	13 099 915	4,8	9,6
4.	Almanya	9 369 073	11 346 499	12 806 357	4,7	12,9
5.	Hindistan	4 167 454	6 728 421	8 864 536	3,3	31,7
6.	Rusya	2 747 251	5 698 759	7 852 300	2,9	37,8
7.	İtalya	4 083 232	5 490 117	5 581 979	2	1,7
8.	G. Kore	4 496 904	5 108 169	5 463 080	2	6,9
9.	Japonya	4 191 338	5 145 679	5 299 771	1,9	3
10.	S. Arabistan	1 527 535	2 880 884	5 297 645	1,9	83,9
11.	Meksika	3 862 358	4 561 248	5 283 524	1,9	15,8
12.	Kanada	1 923 435	2 574 732	5 186 752	1,9	101,4
13.	Fransa	4 156 555	4 819 321	4 966 371	1,8	3,1
14.	Şili	2 895 554	4 421 396	4 620 426	1,7	4,5
15.	İspanya	2 632 579	3 316 797	3 770 824	1,4	13,7
…	…	…	…	…	…	…
37.	**Türkiye**	**717 574**	**1 274 166**	**1 334 129**	**0,5**	**4,7**

Kaynak: Trademap, Brezilya Verileri

EK-5: Türkiye'nin Brezilya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**588 818**	**1 025 552**	**999 816**	**100**	**-2,5**
1.	2836	Karbonat; peroksikarbonat; amonyum karbomat içeren ticari amonyum karbonat	53 723	63 448	205 401	20,5	223,7
2.	7214	İnşaat demiri	19 115	179 416	43 868	4,4	-75,5
3.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	26 058	41 109	43 166	4,3	5
4.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	1 132	24 036	28 790	2,9	19,8
5.	8707	Karayolunda kullanılan motorlu taşıtlar için karoseriler (şoför mahalleridahil)	22 710	29 331	28 090	2,8	-4,2
6.	0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/ kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış /soyulmuş)	29 426	31 894	27 257	2,7	-14,5
7.	4002	Sentetik kauçuk veya sıvı yağlardan türetilen taklit kauçuk (ilk şekillerde, veya levha, tabaka, şerit halinde)	266	62	21 456	2,1	34506,5
8.	0813	Meyve (kurutulmuş) (0801, 0806'de kiler hariç) 08. fasıldaki sert ve kabukluların karışımları	14 938	14 116	19 920	2	41,1
9.	3105	Azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler	331	725	18 325	1,8	2427,6
10.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	9 510	90 441	16 352	1,6	-81,9
11.	2807	Sülfürik asitve oleum	0	3 416	14 589	1,5	327,1
12.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmaküzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	11 734	29 087	14 015	1,4	-51,8
13.	2523	Çimento	15 902	8 067	12 269	1,2	52,1
14.	5402	Sentetik filament iplikleri (dikiş ipliği	6 195	12 245	11 430	1,1	-6,7
		hariç) (perakende olarak satılacak halegetirilmemiş)					
15.	6815	Taştan ve diğer minerallerden eşya	7	575	11 308	1,1	1866,6

Kaynak: Trademap, Türkiye Verileri

EK-6: Türkiye'nin Brezilya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**3 228 353**	**3 827 078**	**4 831 721**	**100**	**26,3**
1.	1201	Soya fasulyesi	820 206	1 067 198	1 411 310	29,2	32,2
2.	5201	Pamuk (karde edilmemiş veya penyelenmemiş)	347 352	508 092	643 246	13,3	26,6
3.	2601	Demir cevherleri ve konsantreleri	507 772	891 781	488 811	10,1	-45,2
4.	4703	Sodalı veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	151 841	267 265	456 989	9,5	71
5.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	148 053	140 760	244 548	5,1	73,7
6.	7201	Dökme demir (pik demir) ve aynalı demir (kütle, külçe, blok veya diğer ilk şekillerde)	26 408	71 941	164 849	3,4	129,1
7.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	35 206	88 699	151 974	3,1	71,3
8.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	37 153	24 784	143 876	3	480,5
9.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	91 376	19 290	102 332	2,1	430,5
10.	2401	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	132 902	96 717	97 768	2	1,1
11.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	89 570	84 956	70 995	1,5	-16,4
12.	1001	Buğday ve mahlut	0	0	52 825	1,1	0
13.	0207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	12 360	19 930	51 289	1,1	157,3
14.	7202	Ferro alyajlar	23 521	33 654	49 195	1	46,2
15.	2309	Hayvan gıdası olarak kullanılan müstahzarlar	10 950	18 959	34 482	0,7	81,9

Kaynak: Trademap, Türkiye Verileri

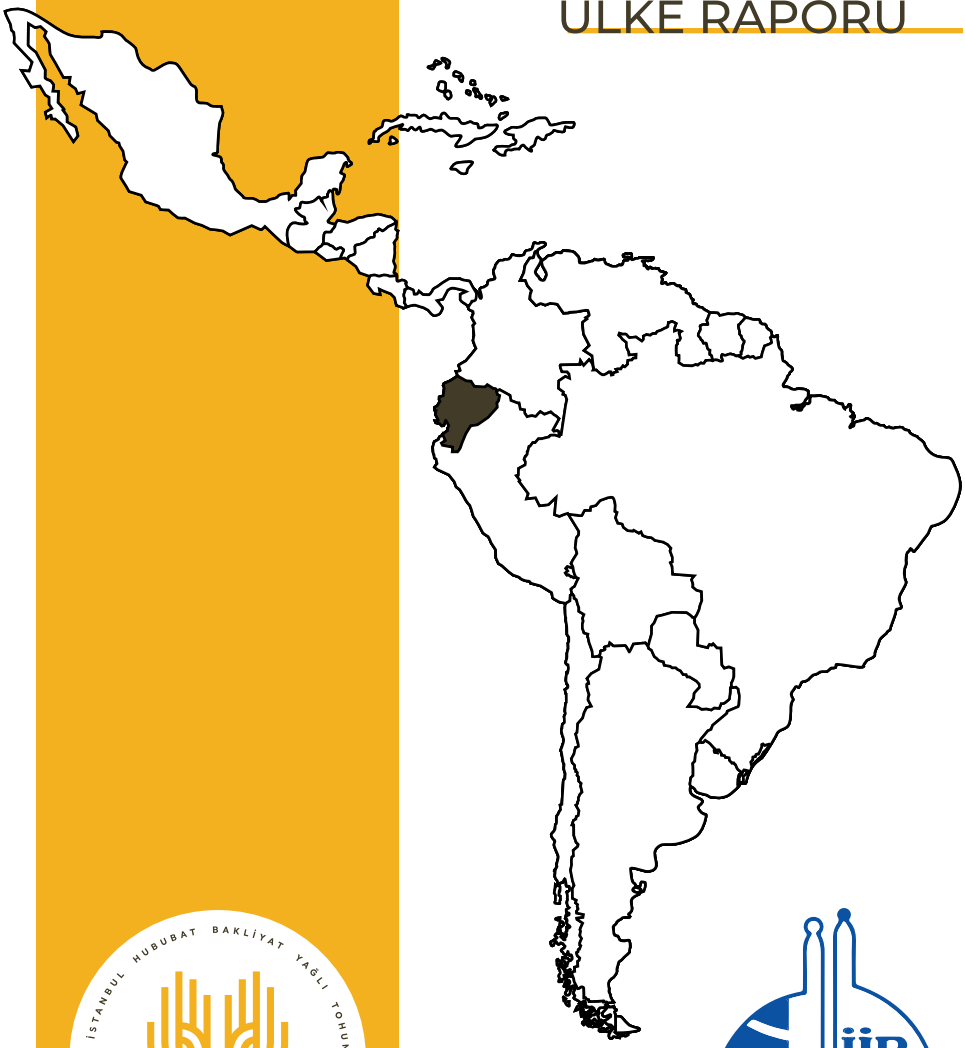
HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN BREZİLYA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ZENCEFİL. SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR		2.044
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	2	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	37.165	22.100
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ HUB.VE BAKLAGİL ELENMESİ VEYA İŞLENMESİ SONUCU ORTAYA ÇIKAN KEPEK.KAVUZ-KALINTI	289.669	55.242
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	2.737.242	383.802
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	5.662	1.020
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	521.739	134.509
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	2.848.683	627.216
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	10.800	1.360
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	27.331	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	536	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	686.676	359.307
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI. UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR		232
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	366.341	82.461
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	2.564,35	392.723
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	527.025	92.537
Genel Toplam	**10.623.227**	**2.154.553**

BREZİLYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	95,752	97,395	93,704
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	1,683,559	1,528,861	1,104,681
Değirmencilik	23,09	23,466	17,549
Diğer Gıda Müstahzarları	902,009	985,805	1,076,796
Hububat	2,866,358	3,261,538	2,351,907
Pastacılık Ürünleri	38,611	42,313	53,869
Şeker ve Şeker Mamulleri	531,482	421,743	592,882
Un ve Unlu Mamuller	1,040,730	1,170,387	1,316,868
Genel Toplam	**7.181.591**	**7.531.508**	**6.608.256**

BREZİLYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	ARJANTİN	2,640,841	2,713,197	1,742,920
2	URUGUAY	561,207	640,306	939,003
3	PARAGUAY	1,161,182	1,169,817	799,158
4	PORTEKİZ	283,084	321,485	372,646
5	ENDONEZYA	552,462	629,207	366,216
6	RUSYA	78,821	126,903	244,32
7	ABD	233,952	325,237	221,233
8	ÇİN	149,93	194,963	197,78
9	İTALYA	133,265	153,641	193,749
10	ALMANYA	133,265	153,641	193,749
33	**Türkiye**	**19,392**	**14,672**	**18,669**

EKVATOR

ÜLKE RAPORU



İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

EKVATOR CUMHURİYETİ

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Devletin Adı	Ekvator Cumhuriyeti
Yönetim Biçimi	Cumhuriyet (çok partili demokrasi)
Hükümet Sistemi	Başkanlık
Başkenti	Kito
Devlet (Hükümet) Başkanı	Guillermo Lasso
Resmi Dili	İspanyolca
Milli Günü	10 Ağustos 1809
Yüzölçümü (kara)	256.370 km2
Nüfus	18,26 (2023, IMF, Tahmini)
Dini	Hristiyan (Roman Katolik)
Para Birimi	ABD Doları
Başlıca şehirleri	Guayaquil (ticaret şehri), Cuenca, Santo Domingo
Başlıca Ekonomik Ürünler	Petrol, altın, muz, kahve, kakao

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

DTÖ, IMF, OPEC, ISO, WIPO, WHO

Coğrafi Konum

Güney Amerika'nın batısında Pasifik kıyısında yer alan Ekvator, batısında kıyı düzlüklerinin, orta kesimlerinde And Dağlarının ve volkanların, doğusunda ise vahşi Amazon ormanlarının yer aldığı zengin bir coğrafi yapıya sahiptir.

Siyasi ve İdari Yapı

24 Mayıs 1822 tarihinde İspanya'dan bağımsızlığını kazanan Ekvator'un yürürlükteki Anayasası, 20 Ekim 2008'de kabul edilmiştir. Devlet başkanı aynı zamanda başbakanlık görevini de yürütmektedir. Dört yılda bir doğrudan halkoyuyla seçilen devlet başkanı, bakanlar kurulu üyelerini atama yetkisine sahiptir.

137 üyeli Ekvator Parlamentosu'na milletvekilleri 4 yıllık bir dönem için seçilmektedir.

Ülke idari açıdan 24 eyaletten oluşmaktadır. Bunlar Azuay, Bolivar, Canar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galapagos, Guayas, Imbabura, Loja, Los Rios, Manabi, Morona- Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsachilas, Sucumbios, Tungurahua, Zamora-Chinchipe'dir.

Quito ve Guayaquil, ülkenin başlıca ticari merkezleri olmasına rağmen, iki bölgenin kültürü ve ekonomik yapısı birbirinden farklıdır. Quito (Kito), petrol şirketlerinin merkezinin ve kamu kurumlarının bulunduğu bir kent olup, Guayaquil ise tarım ve balıkçılık üretimine dayanan liman ve sanayi kentidir. İki bölgenin birbiriyle rekabet içinde olduğu söylenebilir.

Nüfus ve İstihdam

2023 yılında 18 milyon kişi ile dünyada 65. sırada yer alan Ekvator nüfusunun 2028 yılında 20 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir. Ekvator'da nüfus artış hızı %1,4 oranında gerçekleşmiştir. Nüfusun yarısı kadındır. Nüfusun %66'sı 15–64 yaş grubundadır. Kentleşme oranı yaklaşık %64'tür. (Dünya Bankası)

Ülkedeki 8,4 milyon civarındaki toplam aktif işgücünün %30'u tarım, %17'si sanayi ve %53'ü hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %4 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 85. sırayı alacağı tahmin edilmektedir.

Dünya Bankasına göre 15 yaş üstü yetişkin nüfusun okur-yazarlık oranı %94'tür. Ancak, finans ve mühendislik gibi meslek dallarında yetişmiş işgücü bulmak zordur. Kırsal alanlarda işsizlik daha yüksektir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Ekvator'un başlıca doğal kaynakları; petrol, balıkçılık, kereste ve hidroelektrik enerjisidir. Ülkenin başlıca tarım ve hayvancılık ürünleri; muz, kahve, kakao, pirinç, patates, manyok (tapioca) ve şeker kamışı olmakla beraber; et ve süt ürünleri üretiminin yanı sıra başta karides ve ton balığı olmak üzere deniz ürünleri üretimi yaygındır.

Ormanlık alanların tahribi, erozyon, kuraklık, su kirliliği, Amazon'da ve Galapagos Adalarında petrol atıklarından doğan kirlilik, toprak kayması ve seller ülkenin başlıca çevre sorunlarıdır. Ayrıca And Dağları çevresinde çok sayıda aktif volkan bulunmakta olup, Cotopaxi dünyadaki en yüksek aktif volkandır.

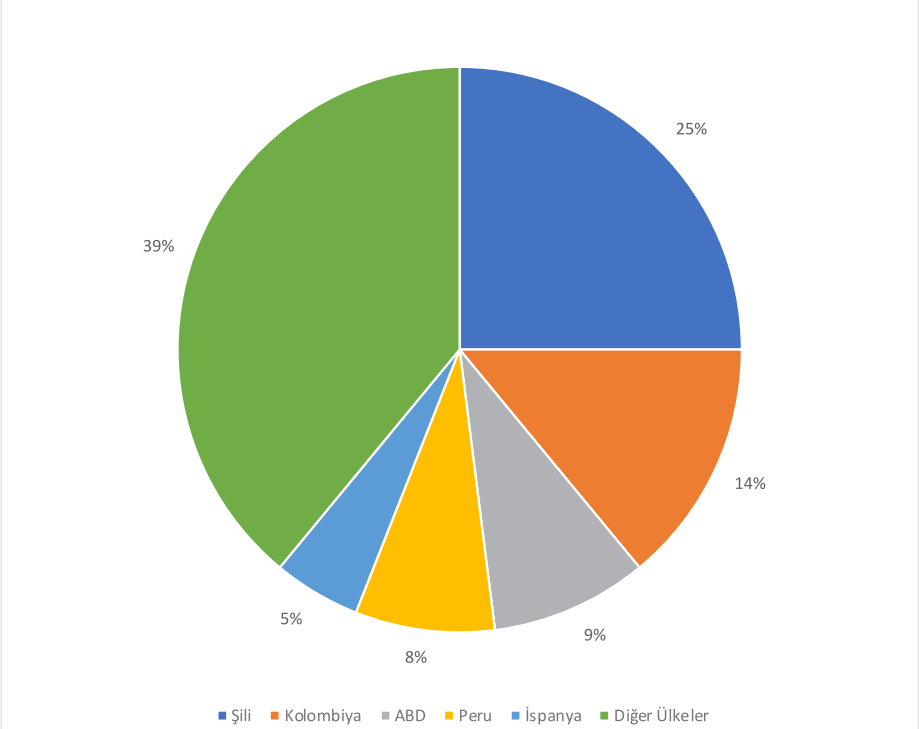
Ekvator aynı zamanda dünyada m2 başına düşen nehir sayısının en fazla olduğu ülkedir. Biyo- çeşitlilik açısından dünyanın en zengin bölgesi olan Ekvator, m2 başına düşen bitki ve hayvan türü sayısı bakımından dünyada ilk sıradadır. Yeryüzünün %0,2'lik bir bölümünde dünyadaki bitki türlerinin %10'unu ve kuş türlerinin %18'ini barındırmaktadır.

Genel Bakış

Ekvator nüfusu yaklaşık 18.5 milyondur. Ülkede 1.360 gıda ve içecek üreticisi kuruluş yer almaktadır. 2021 yılının ikinci yarısında ülkede ekonomik toparlanma yaşanması ile birlikte gıda ve tarım ürünleri ihracatı da artmaya başlamıştır. Ayrıca, yerel üretim, tüketici talebini karşılayamadığı için ithalatın devam etmesi gerektirmektedir. Ekvator - Avrupa Birliği Serbest Ticaret Anlaşması, diğer rakip ülkeler için işlenmiş ve taze tarım ürünleri pazar payını etkileyen bir unsur olmuştur. Ancak halen ABD bu ülkenin başlıca dış ticaret partneridir. 2021 yılında ABD - Ekvator arasındaki tarım ve ilgili ürünler ticareti toplam 3.8 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Ekvator, toplam tarım ticaret fazlasını 2.6 milyar USD olarak sürdürmektedir. Ülkedeki başlıca gıda üreticileri Procesadora Nacional de Alimentos C.A. (PRONACA), La Fabril S.A., Cervecería Nacional, Sociedad Agricola e Industrial San Carlos S.A., Gisis. S.A.'dır. Ekvatorlu gıda üreticileri döviz kurları nedeniyle gıda malzemelerini genellikle Şili, Meksika ve Kolombiya'dan temin etmeyi tercih etmektedir. Başlıca ithal edilen gıda ürünleri gıda müstahzarları, Sos ve çeşniler, çikolata ve diğer kakao ürünleri, kurutulmuş meyveler, süt ürünleri, fırıncılık ürünler, hububat ve makarna, distile içecekler ve sığır eti ürünleri bulunur.

Ekvator'un perakende gıda sektörü beş ana kategoride bulunmaktadır: süpermarket zincirleri, açık veya taze ürün pazarları, bağımsız marketler, küçük gıda mağazaları ve mini marketler. Ulusal istatistiklere göre, Ekvatorluların %48'i gıda ürünlerini yerel marketlerden satın almaktadır. Süpermarket satışları, daha düzenli bir formata ve daha fazla ithal ürünün bulunabilirliğine sahip olmaları nedeniyle artış eğilimindedir. Çoğu süpermarket zinciri büyük ve orta büyüklükteki şehirlerde mağazalara sahiptir. Birçok küçük şehirde farklı isimlerle faaliyet göstermektedirler. Ülkedeki başlıca gıda perakendecileri; Corporación Favorita (Supermaxi, Megamaxi, Aki), Corporación El Rosado (Mi Comisariato), Supermercados TIA, Hypermercados Coral, Supermercados Santa Maria'dır.

Gıda perakende sektörü, Ekvator ekonomisinin önemli bir bileşenidir. Ekvator'da perakende sektör satışları 40 milyar USD olarak tahmin edilmektedir ve bunun %62'sini gıda ürünleri oluşturmaktadır. Bu sektörün taleplerini karşılamak için gıda ihracatı fırsatları bulunmaktadır. 2021 yılında tüketici odaklı gıda ve tarım ürünleri ithalatı 950 milyon USD olarak gerçekleşmiştir. Başlıca tedarikçiler Şili, Kolombiya ve Amerika Birleşik Devletleri'dir.



Şekil.1 Ekvator'un Başlıca Tüketici Odaklı Gıda ve İçecek Tedarikçisi Ülkeler (2021)

Ekvator Pazarının Avantajları

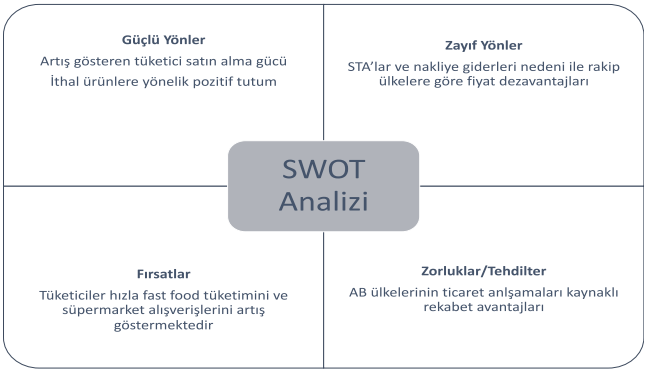
- Dolarizasyon, ithalatçılar için ekonomik istikrar getirmiş ve tüketici satın alma gücünü artırmıştır.–Yerel gıda işleme endüstrisi her zaman rekabetçi piyasa fiyatları sunamayabilir.
- Yerel gıda işleme endüstrisi her zaman rekabetçi piyasa fiyatları sunamayabilir.
- Ekvatorlular sıkça yurtdışında yaşadıkları için yabancı lezzet ve gıdalara yönelik negatif tutumları yoktur. Ürünler Ekvator'da ailelere tanıtılır ve bu, ithal gıda ürünleri için niş pazarlar oluşturur.
- Tüketiciler fast food tüketimini ve süpermarket alışverişlerini artırmaktadır.

Ekvator Pazarının Dezavantajları

- Ülkede ithalatı kısıtlayıcı bazı önlemler alınmaktadır.
- Ekvator, büyük hacimli sözleşmeler hedefleyen ihracatçılar için sınırlayıcı bir faktör olan nispeten küçük bir pazardır.
- Daha uygun döviz kurları ve ticaret anlaşmaları nedeniyle Peru, Kolombiya ve Şili avantajlı rakiplerdir.
- Ekvator'un Avrupa Birliği (AB) ile serbest ticaret anlaşması, AB üye ülkelerinden gelen tüketici odaklı gıda ürünlerinin düşük ithalat tarifeleri ile girmesine olanak tanımaktadır.

– Ekonomi hala zayıf ve kırılgan olduğundan, daha pahalı ithal gıda ve içecek ürünlerinin tüketimi yavaşlayabilir.
– Gıda ürünü kaçakçılığı olayları ile ülkede karşılaşılmaktadır.

SWOT Analizi



Ekvator Pazar Yapısı

2022 yılında Ekvator'un reel gayri safi yurtiçi hasılası yaklaşık (GSYİH) 110 milyar USD seviyesine ulaşarak 2020 yılında yaşanan %7.8'lik bir daralmadan sonra 2022'de yaklaşık %2.4'lük artış meydana gelmiştir. Ekonomik büyümenin birkaç yıl boyunca yıllık %2'lik bir ortalama ile devam etmesi beklenmektedir. Ekvator hala dolarla ödemelerin kabul edildiği bir ekonomidir. Ülke, ithal gıda ve tarım ürünü ihracatçılarına bir dizi fırsat sunmaya devam etmektedir. Ayrıca yerel üreticilerin tedarik edemediği özel ürünler ve fonksiyonel gıdalara olan talep artmakta bu da ilgili ürünlerin ithalatları için özel bir pazar yaratmaktadır. Ekvator'un nüfusu 28.8 yaş ortalaması ile yıllık %1.4 büyümeye devam etmektedir. Bu genç ve düşük-orta gelirli tüketicilerin satın alma gücü ve ithalata olan ilgisi, son yıllardaki ekonomik durgunluğa rağmen güçlü kalmaya devam etmektedir. İşsizlik oranı %4.1 civarında seyretmekte ve 2023 yılına kadar bu seviyede kalması öngörülmektedir. Ekvator'un alt işsizlik oranı yaklaşık %60.3'tür. 8.6 milyonluk ulusal işgücündeki bu alt işsizlik, daha fazla tüketimi sınırlamaktadır. Hükümet, istihdam seviyesini artırmayı amaçlayan daha esnek önlemler ve yasaları uygulayarak işsizlikle mücadele etmektedir. Ev halkı tüketiminin kısa ve orta vadede ılımlı bir şekilde büyümesi öngörülmektedir. Yerel üretim, iç talebi karşılayamamaktadır. Yerel otoritelerin dolar çıkışını kontrol etmek için ithalatın büyümesini sınırlamak amacıyla aldığı önlemlere rağmen, Ekvator gıda ve diğer temel malların ithalatına bağımlı bir ülke olarak kalmaya devam etmektedir. Bu talebin yavaş hızla genişlemeye devam edeceği ve Ekvator'un dış fiyat dalgalanmalarına karşı savunmasız olacağı öngörülmektedir.

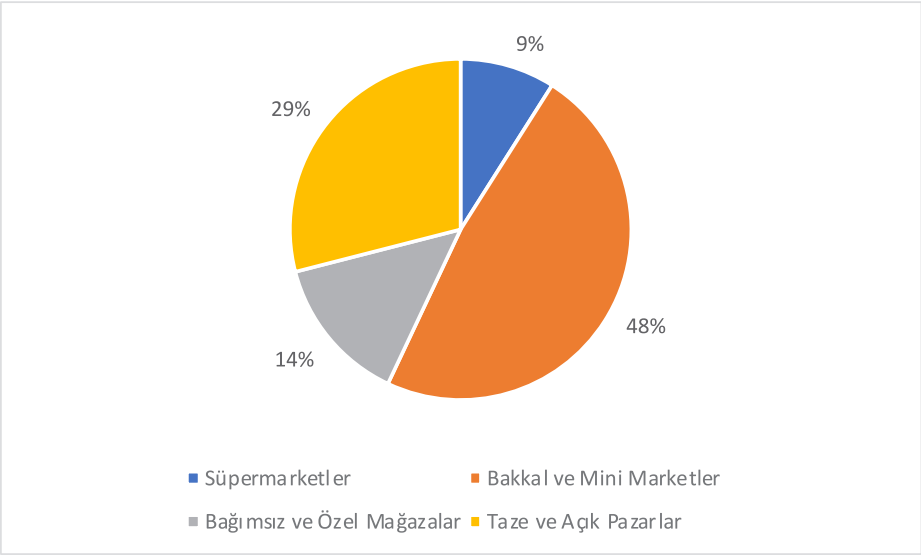
Ekvatorlu gıda üreticileri, uygun döviz kurları nedeniyle hammadde ve diğer girdilerini Şili, Meksika ve Kolombiya'dan tedarik etmeye eğilim göstermektedir. İthalatçılar, işlenmiş şeker, konsantre içerik aromaları, meyve suyu konsantreleri, renklendiriciler, tahıllar, etler, un ve ekstraktlar gibi ürünleri ithal etmeye devam etmektedir. Ekvator pazarında özellikle hazır yemek ve kolay hazırlanan yemeklerin üretiminde kullanılan gıda malzemeleri için iyi fırsatlar bulunmaktadır. Gıda üreticileri, bu ürün segmentlerinde ürün yelpazelerini artırma eğilimindedir.

COVID-19 koşullarının ev-dışı tüketim, hizmet ve konaklama sektörünü 2020 ve 2021 yıllarını etkilemesine rağmen, 2022 yılında bir miktar toparlanma göstermiş ve restoranlarda tüketici harcamalarının önümüzdeki birkaç yıl boyunca istikrarlı kalması beklenmektedir. Geçmiş yıllarda HRI giderleri ev halkı gıda harcamalarının ortalama %8.1'i oranındadır. Büyük uluslararası zincirler, genellikle doğrudan acenteler aracılığıyla ithalatlar yapmaktadır. Turizm genellikle HRI büyümesini destekler niteliğe sahiptir. 2021 yılında uluslararası turist sayısı 590.006 olup, 2022 yılında sektör pozitif işaretler göstermeye başlamış ve 2021 yılında rakamlarını neredeyse ikiye katlamıştır. 2023 yılında daha da büyümesi beklenmektedir. Kırsal bölgelerdeki yerel turizm, büyük şehirler dışında yeni HRI gelişmelerini tetikleyen yeni bir trenddir. En fazla talep gören ürünler arasında et, kabuklu deniz ürünleri, somon, midye, kalamar, şarap, bira, alkollü içkiler, zeytinyağı, trüf, konserve domates, şekerlemeler, sosisler, önceden pişirilmiş dondurulmuş patatesler, peynir ürünleri ve baharatlar bulunmaktadır. Fast-food tüketimi de artmaktadır. En büyük ABD fast-food zincirlerinin çoğu Ekvator'da faaldir. Ancak bu zincirler büyük şehir merkezlerinde yoğunlaşmışlardır. 2021 yılında Ekvatorlular, teslimat seçenekleri sunan fast-food zincirlerinden satın almayı artırmışlardır. Ekvator'da faaliyet gösteren franchise zincirler arasında KFC, Pizza Hut, Burger King, McDonald's, Wendy's, Carl's Jr, Dunkin Donuts, Domino's Pizza, Papa Johns, Baskin Robbins, Subway, Taco Bell, TGI Fridays, Tony Roma's, Chili's, Red Lobster, IHOP, American Deli, Crepes & Waffles, Tropi Burger, Pollo Tropical ve Little Caesars bulunmaktadır. Franchise restoranlar tarafından kullanılan ürünler büyük ölçüde ithal edilmektedir. Ana ithalatlar arasında dana eti, tavuk eti, baharatlar, özel malzemeler, soslar, peynir, zeytin yağı, dondurulmuş patates kızartması, dondurma ve yoğurt karışımları bulunmaktadır.

Gıda Perakendeciliği

Perakendeciler, daha yüksek satış marjları elde etmek için tedarikçilerden daha düşük fiyatlar talep etme eğilimindedir. Alternatif olarak, perakendecileri promosyon maliyet paylaşımı teklifleriyle çekmek mümkündür. Ekvatorluların %48'inin gıda alışverişlerini yerel marketlerden yaptığı belirtilmektedir. Aylık gıda harcamaları ortalama olarak 250 USD'dir. Orta ve yüksek gelirli çoğu tüketicinin (%36) gıda ürünlerini modern süpermarketlerden satın alır. Süpermarket mağaza satışları, daha temiz, daha organize bir format ve daha fazla ithal ürün bulunabilirliği nedeniyle yükselmektedir. Büyük/orta büyüklükte şehirlerde genellikle mağaza açan çoğu zincir market, küçük kasabalarda farklı isimler altında faaliyet göstermektedir. Süpermarketler ortalama olarak mağaza raflarının yaklaşık %18'ini (meyve, sebze, içecekler, atıştırmalıklar ve donmuş gıdalar gibi) ithal ürünlere ayırmaktadır, mini marketler ise genellikle alkollü içecekler, atıştırmalıklar ve meşrubat gibi ürünleri tedarik etmektedir. Mağaza satışları özellikle tatil dönemlerinde, (Noel, Sevgililer Günü, Karnaval, Anneler Günü ve Babalar Günü) artmaktadır. Tüketici hazır ürünlerine olan talep de turistik sezon sırasında (Haziran-Eylül) zirve yapmaktadır. Gıda satışları, 2021'de Ekvator'un toplam perakende satışlarının yaklaşık %61'ini oluşturmuştur. Bu oran, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında (genellikle %50'nin altında) yüksektir. Ekvator, özellikle perakende sektörü için ihracatçılara önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu durum 2022 yılı için %1.8 olarak tahmin edilen yavaş ekonomik büyümeye rağmen geçerlidir. Gıda perakende sektörü, Ekvator ekonomisinin en güçlü performans gösteren sektörlerinden biridir. Sektörün büyümesini teşvik eden, genç nesillerin yaşam tarzlarının değişmesi nedeniyle, ulusal gıda kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelen işlenmiş gıda ürünlerinin kabul ve tüketiminin artmasıdır. 2022 yılı için perakende gıda satışları 24.9 milyar USD ve gıda, içecek ve tütün harcamaları 15.9 milyar USD olarak tahmin edilmektedir. Ekvatordaki başlıca gıda perakendecileri;

– Corporación La Favorita: Supermaxi (45), Megamaxi (14), Akí (46), Gran Akí (20), Súper Akí (24), Aki Vecino (4, Quito bölgesinde), Titan (9)
– Corporación El Rosado: Mi Comisariato (46), Hipermarket (26), Mini (20, Guayaquil'de)
– Tía SA: Tía (158)
– Corporación Gerardo Ortiz: Hypermercados Coral (12)
– Mega Santa Maria SA: Supermercados Mega Santa Maria (20)
– Grupo Liris: Del Portal (6)
– Corporación GPF (FEMSA Comercio): Oki Doki (29)



Şekil. Ekvator gıda perakende pazarı

Pazara Giriş Stratejileri

Süpermarket zincirleri, ithal gıda ürünleri için başlıca kanaldır ve genellikle orta ila yüksek gelir düzeyindeki tüketicilere odaklanmaktadır. Ülkemiz gıda ve tarım ürünleri ihracatçıları, büyük ithalatçılar, toptancılar/distribütörler veya süpermarketlere doğrudan iş ilişkileri geliştirebilir. Toplam gıda satışlarının %60'ını oluşturan başlıca süpermarket zincirleri arasında La Favorita (Supermaxi ve Megamaxi) ve El Rosado (Mi Comisariato) bulunmaktadır. Tiendas Industriales Asociadas (TIA), Mega Santa Maria ve Supermercados Coral gibi orta büyüklükte süpermarket zincirleri büyümelerini sürdürmektedir.

Ekvator'da ithalatlar bireysel düzeyde veya bir şirket aracılığıyla gerçekleştirilir. İthalat izni (DAI - Gümrük İthalat Bildirimi) gerekmektedir. Belirli ithalatlar için Tarım Bakanlığı, Üretim, Dış Ticaret, Yatırımlar ve Balıkçılığı Bakanlığı ve/veya Sağlık Bakanlığı'ndan ithalat izni gerekebilir. İthalatçılar fiyat ve kaliteye göre satın alma gerçekleştirir. Yüksek gelirli tüketiciler için yüksek değerli ürünlere yönelik niş pazarlar bulunmaktadır. Bu tüketiciler için fiyat her zaman öncelik değildir. Promosyon materyalleri kullanılması, tanıtım kampanyaları ve ürün örneklemeleri önerilebilir. Ekvator'daki gıda tüketim alışkanlıkları yıllar içinde değişmiştir. Çift gelirli hanelerin artması ve işe gidip gelme sürelerinin ve mesafelerinin uzaması nedeniyle tüketiciler, hızlı yemek ve işlenmiş gıda ürünlerine daha fazla yönelmektedir. Stratejik iş birlikleri, yerel süpermarketlerin giderek daha fazla private-label ürün piyasaya arz etmektedir. Bu pazarda rekabet şiddetlidir. Piyasada pay sahibi olmak için distribütörler, ürün farkındalığı ve talebi oluşturmak amacıyla genellikle ürünleri mağazalarda %10-20 indirimli satarlar. Ekvator pazarına girişe yönelik bazı öneriler aşağıdadır;

– Ekvator pazarına girmek isteyen ülkemiz tüketici odaklı gıda üreticileri ve ihracatçıları, yerel gıda ithalatçılarına doğrudan başvurmalı veya temsilciler, acenteler veya distribütörlerle çalışarak son kullanıcı ihtiyaçlarını en iyi karşılayacak ürün türünü tanımlamalıdır. Genellikle büyük perakendeciler yabancı tedarikçilerden doğrudan ithalat yaparlar. Büyük hacimler satın alabilme yeteneğine sahip olmayan küçük ve orta ölçekli işletmeler, genellikle temsilci veya distribütörle çalışırlar.
– Yerel ve bölgesel rakiplerle rekabet etmek için ülkemiz ihracatçıları, kalite, rekabetçi fiyatlandırma ve yerel pazarın standartlarına uygun ambalaj gibi ek hizmetlerin bir kombinasyonunu sunmalıdır.
– Ülkemiz ihracatçıları, Ekvator'a ziyaretler aracılığıyla ithalatçılar ve distribütörlerle ilişkiler kurmalıdır. Sürekli izleme, destek ve ithalatçı ile sürekli iletişim, komşu ülke ihracatçılarının taşıma ve tarife avantajları ile rekabeti dengelemeye yardımcı olabilir.
– Kredi değerliliği her zaman bir endişedir. İhracatçılara, müşterinin kredi değerliliği iyi bir şekilde tesis edilene kadar doğrudan vadeli satışlar sunmamaları tavsiye edilir. Kredi mektupları kullanılıyorsa, bunların onaylı ve iptal edilemez kredi mektupları olduğunun kontrolü ve doğrulanması tavsiye edilir.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Ekvator'da Sağlık ve Bitki Sağlığı (SPS) düzenlemelerine yönelik bazı bilgiler aşağıdadır;

– Sağlık incelemeleri, gıda kayıtları, ambalaj ve gıda ve içecekler için kontrol düzenlemeleri Sağlık Bakanlığı ve Ulusal Sağlık Kontrol ve Düzenleme Ajansı (ARCSA) tarafından denetlenir.
– AGROCALIDAD (Ulusal Sağlık Otoritesi), Tarım Bakanlığı'nın bir parçasıdır. AGROCALIDAD, hayvansal ve bitkisel ürünlerin gıda ve bitki sağlığı düzenlemelerinin geliştirilmesini ve ürünlerin denetimini yürütür.
– Standartlar ve Etiketleme Kurumu (INEN), etiketleme standartları ve etiket kontrolünden sorumlu ajanstır.
– Ekvator Gümrük Otoritesi (SENAE), gıda ve tarım ürünü ithalatında aşağıdaki belgeleri talep eder; İthalat Gümrük Bildirimi (DAI) formu, ticari fatura, hava tahliye formu veya yük listesi, paket listesi, sigorta belgesi, menşe belgesi, işlenmiş gıda ürünleri için ARCSA gıda sağlık kaydı veya AGROCALIDAD'ın ithalat gereksinimlerini karşılayan hayvan, bitki veya yan ürünler için bir sağlık sertifikası ve Gümrük Kontrol Hizmeti Ücreti.
– Gümrük acentesi DAI'ye ilettikten sonra SENAE, bir denetim kontrol kanalı atar. Kontrol kanalı denetimleri, belgelerin basit incelemesinden ürünlerin fiziksel denetimine kadar farklı yaklaşımlarla gerçekleştirilebilir. DAI ile gönderi arasındaki farklılıklar gecikmelere ve olası gönderi el koymalarına yol açabilir. SENAE, ürünlerin yeniden ihraç edilmesine izin verir.
– İthal edilen işlenmiş gıda ürünlerinin hepsi ülkeye girişten önce bir sağlık bildirim numarasına ihtiyaç duyar. İthal ürünler için sağlık bildirimi, ürün veya üretim hattına göre onay ile verilir. Sağlık kaydı dilekçesi üretici veya Ekvatorlu yasal temsilci tarafından yapılabilir. Aksi özellikle talep edilmediği sürece Hangi durumda olursa olsun, kayıt üreticiye aittir ve üretici tarafından verilir. Ürün için sağlık bildirimi, veriliş tarihinden itibaren beş yıl geçerlidir veya iyi üretim uygulamalarının kabul edildiği ürün hattı için geçerlidir. Gıda takviyeleri veya belirli besinsel özellikler iddia eden ürünlerin ithalatı için ek ithalat gereksinimleri vardır.
– Hayvan, bitki veya bunların türetilmiş ürünlerin ithalatı için, ithalatçının sevkiyat öncesinde AGROCALIDAD'dan bir ithalat izni talep etmesi gerekir. İhracatçı, ithalatçıya resmi menşe ülkesi sağlık sertifikasını sağlamalıdır.
– İthal ambalajlı gıdalar, satış noktasına ulaşmadan önce ayrı bir yapışkan etiket taşımalıdır. Etiketin İspanyolca çevirisi, teknik standart normlar NTE INEN 1334-1:2011,

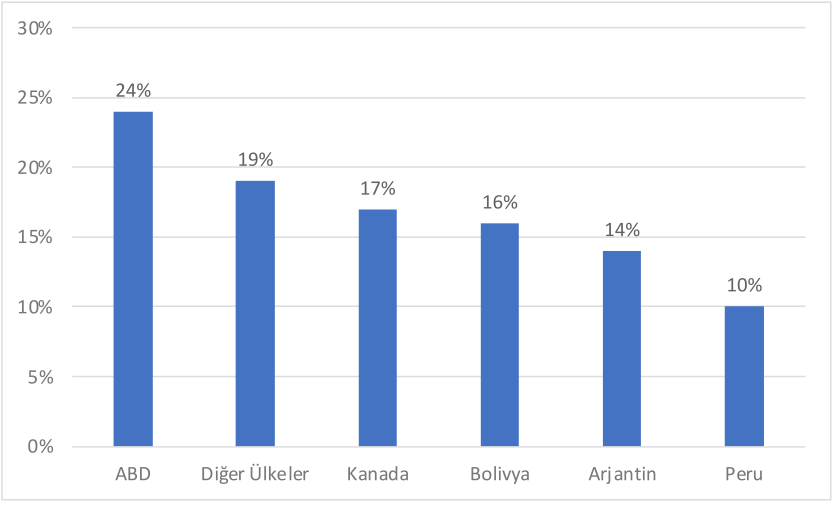
NTE INEN 1334-2:2011 ve NTE INEN 1334-3:2011 tarafından gerektirilen tüm bilgileri içermeli ve Sağlık Bakanlığı'nın gıda etiketleme düzenlemesinin gereksinimlerini karşılamalıdır. Bu düzenleme, işlenmiş gıdaların her bir ambalaj etiketinde şeker, yağ ve tuz için açıkça görülebilir bir trafik lambası sembolünü içermesini gerektirir.

Pazar ve Tüketici Trendleri

- Ekvator'da süpermarket zincirleri, orta ve yüksek gelirli tüketicilere ulaşmanın ana yollarından biridir. İhracatçılar, doğrudan ithalatçılarla, toptancılar/distribütörlerle veya süpermarketlerle iletişime geçmelidir. Süpermarketler, ithal ürünler için ana hedef kitlenin satın alma gerçekleştirdiği yerlerdir.
- Büyük süpermarket zincirleri genellikle güçlü müzakereler ve pazarlık yapma eğilimindedir.
- Süpermarket tedarikçileri geniş ürün yelpazesi sunarlar. Ürün çeşitliliği, rekabet avantajı sağlayabilir.
- Büyük gıda ithalatçıları ve distribütörleri, tüm büyük süpermarket zincirlerine ve ilçe düzeyindeki perakendecilere ürün sağlarlar.
- Büyük süpermarket zincirleri, ürünlerin özel olarak kendilerine sunulmasını talep edebilirler. Bu taleplerin karşılanması rekabet avantajı yaratabilir.
- Gıda ürünleri genellikle birleşik konteynerler içinde ithal edilir. Bu, nakliye maliyetlerini optimize etmeye yardımcı olabilir.
- Büyük süpermarket zincirleri, yüksek marjlar elde etmek için yüksek kaliteli ürünleri doğrudan ithal ederler.
- Dağıtım kanalları, yerel ürünlerle ve ithal ürünlerle arasında farklılık gösterir. Perakende gıda şirketleri, aracıları atlayarak maliyetleri düşürmek ve doğrudan ithalat yapmayı tercih edebilirler. Ancak yine de yerel ithalatçılardan, özellikle talep gören ürünler için önemli miktarda alış yapmaya devam ederler.
- Yerel gıda üreticileri genellikle kendi dağıtım ağlarına sahiptir ve bunlar toptancıları, self-servis mağazaları, geleneksel perakendecileri içerebilir.

Ekvator Pazarında Rekabet

Ekvator pazarı tüketici odaklı gıda ürünleri ihracatında ABD, Latin Amerika ve Avrupa üreticilerinden güçlü bir rekabetle karşı karşıya kalmaktadır. Komşu ülkelerden yapılan ihracat, daha düşük nakliye maliyetleri nedeniyle daha rekabetçidir. ABD tüketici odaklı ürünlerine uygulanan ithalat vergileri, komşu ülkeler ve serbest ticaret anlaşmalarından faydalanan Avrupa ürünleri karşısında daha yüksektir. Ayrıca, yerel gıda üreticileri, ithal edilen işlenmiş ürünlerin aleyhine hükümetten destek talep ederek büyüyen perakende sektöründen faydalanmaya çalışmaktadır.



Şekil. Ekvator Dökme ve Ara-Ürün Gıda İthalatı (2021)

Çizelge. Ekvator'a Gıda İhraç Eden Başlıca Ülkeler (2019-2021, milyon USD)

Ülke	2019	2020	2021	Pay (%,2021)	Değişim (%, 2020-2021)
Şili	209	205	240	25.26	17.03
Kolombiya	125	124	137	14.40	10.41
ABD	75	77	84	8.80	9.24
Peru	75	75	73	7.67	-2.73
Meksika	53	55	53	5.57	-3.01
İspanya	30	33	45	4.74	34.85
Arjantin	19	23	35	3.67	51.72
Hollanda	33	26	30	3.18	17.55
Çin	21	23	29	3.06	27.37
Brezilya	21	24	28	2.91	15.06
Toplam	**660**	**664**	**754**	**79.26**	**13.42**

Çizelge. Ekvator pazarında bazı ürün kategorilerine ait ithalat değerlendirmesi

Kategori	İthalat Hacmi (2021)	İthalat Değeri (2021)	5 Yıllık Ortalama İthalat değişimi (Hacim)	İthalat Vergisi	Pazar Gelişmeleri
Çikolata	9,948 MT	47.8 M USD	%5,1/yıl	%15-25	Şili bu pazarı domine etmektedir. Ancak talep artışı vardır. Bu talepler içinde farklı çeşitler yer almaktadır
Şekerleme	13,270 MT	34.7 M USD	%6.7/yıl	%20	Kolombiya fiyat ve düşün nakliye avantajlarından yararlanmaktadır. Yerel şeker fiyatları yüksektir. Talep büyümektedir.
Fırıncılık Ürünleri, Makarna	34,240 MT	73,6 M USD	%6.7/yıl	%20-30	And Birliği ve AB üye ülkeleri arasında rekabet vardır. Bölgede yer almayan spesifik ürünlere talep bulunmaktadır

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar – milyar $)	106,17	116,36	121,29	126,45	131,2	136,31	141,51	146,91
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar %)	4,2	3	2,9	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	5 979	6 462	6 643	6 829	6 988	7 159	7 329	7 504
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort,%)	0,1	3,5	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	2,9	2,2	2	2	2	2	2	2
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	4,7	3,8	3,6	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5
Nüfus (milyon)	17,76	18,01	18,26	18,52	18,78	19,04	19,31	19,58
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	62,3	57,3	-	-	-	-	-	-

*Tahmin Kaynak: 2023, IMF

2023 yılında cari fiyatlara göre, 121 milyar dolar olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 126 milyar dolar olması beklenmektedir.

Ekvator, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 62. büyük ekonomisidir. 2023 yılında sabit fiyatlara göre %2,9 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %2,8 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

Cari fiyatlara göre Ekvator, 2023 yılında 6 643 dolarlık kişi başına düşen milli gelir ile dünyada sırada yer almaktadır. 2023 yılında %2,5 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında %1,5 olacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

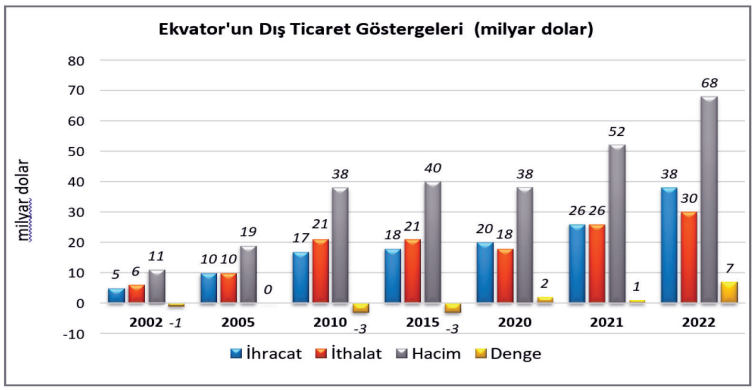
Genel Durum

Ekvator, hem tüketime yönelik hem de sanayide kullanılan pek çok ürünü ithalat yoluyla temin etmektedir. Ekvator, dış ticaretinin önemli bir kısmını, tercihli ticaret anlaşmaları imzaladığı ve ortak bir kültüre sahip olduğu Latin Amerika ülkeleri ve lojistik olarak kendine yakın olan ülkelerle gerçekleştirmektedir. İhraç pazarlarının ve ürünlerinin çeşitlendirilmesi, Ekvator'un dış ticaretindeki önceliklerdendir.

Ekvator'un; AB, EFTA, Mercosur ve İngiltere ile STA, ayrıca Meksika, Küba, Şili, Guatemala, El Salvador, Nikaragua ile de Tercihli Ticaret Anlaşması (TTA) bulunmaktadır.

2022 yılında 38 milyar dolarlık (%44 artan) ihracatla dünyada %0,2 pay ile 67. sırada ve 30 milyar dolarlık (%18 artan) ithalatla dünyada %0,1 pay ile 68. sırada olan Ekvator'un ithalat ve ihracatında ilk sırada ABD yer almaktadır. Çin dış ticaretinde ikinci sıradadır.

Dış Ticareti

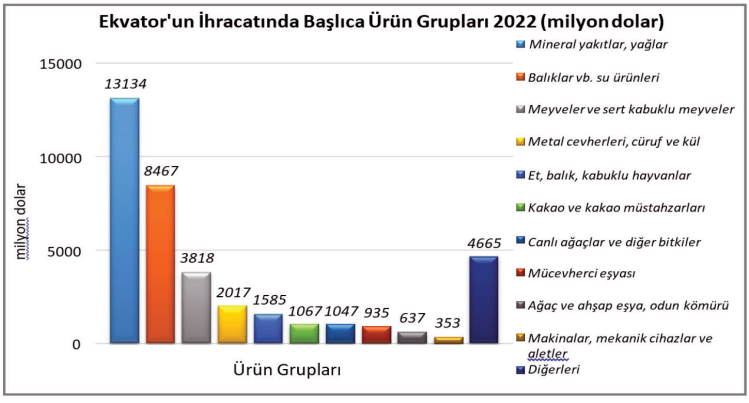


Trademap-directdata/Ekvator

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticareti

İhracatı

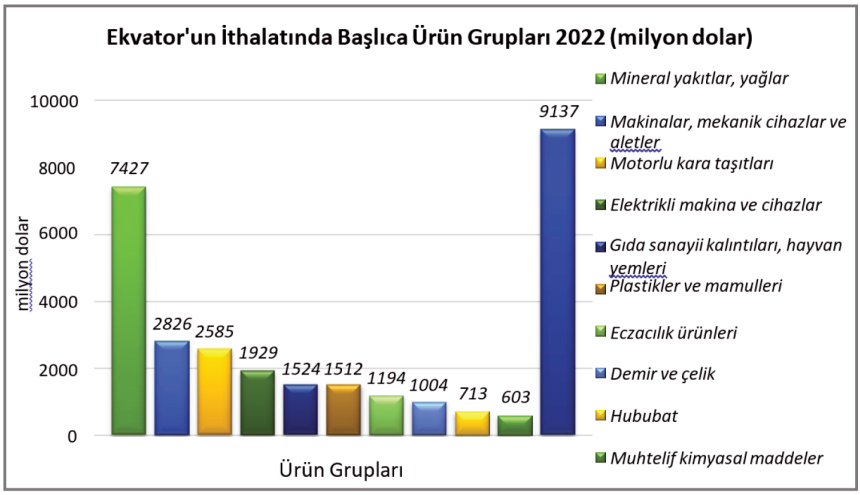
2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler: ham petrol, kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş), muz (taze veya kurutulmuş), petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, hazırlanmış/konserve edilmiş balıklar, bakır cevherleri ve konsantreleri, kesme çiçek ve çiçek tomurcukları, kakao (ham/kavrulmuş, bütün/kırık), altın ve kıymetli metal cevherleri ve konsantreleridir.



Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

İthalatı

2002 yılında ithal ettiği başlıca ürünler: petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler, otomobiller, soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar, tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış), petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, buğday ve mahlut, telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar ve hayvan gıdası olarak kullanılan müstahzarlardır.

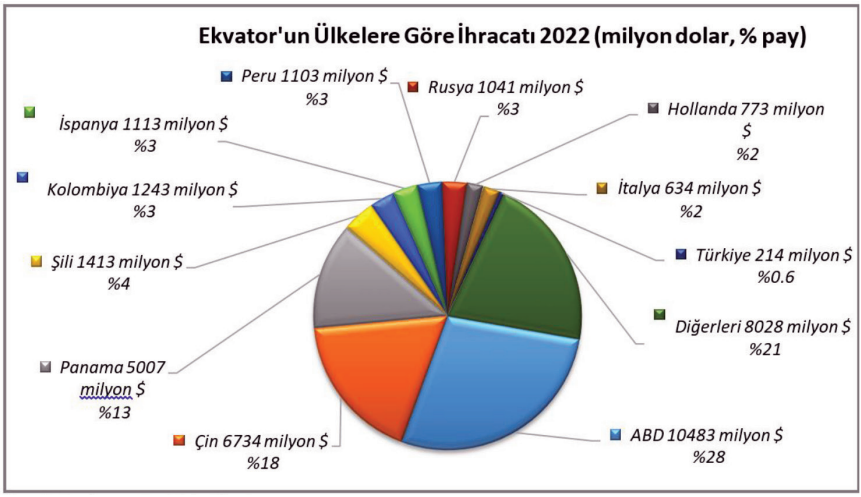


Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

İhracatı

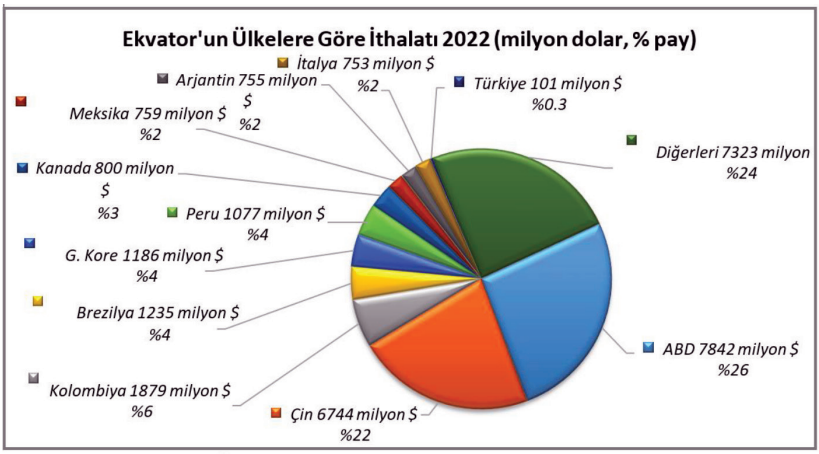
İhracat yaptığı başlıca ülkeler; ABD, Çin, Panama, Şili, Kolombiya, İspanya, Peru, Rusya, Hollanda ve İtalya olup ülkenin ihracatında Türkiye %0,6 pay ile 24. sıradadır.



Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

İthalatı

İthalat yaptığı başlıca ülkeler: ABD, Çin, Kolombiya, Brezilya, G. Kore, Peru, Kanada, Meksika, Arjantin ve İtalya olup ülkenin ithalatında Türkiye %0,3 pay ile 28. sıradadır.



Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Doğrudan Yabancı Yatırım İstatistikleri, Milyon Dolar

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım (milyon $)	647	612	734	727	749	772	795
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (%)	0,60	0,60	0,70	0,60	0,60	0,60	0,60
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon $)	21 412	22 024	22 758	23 486	24 235	25 006	25 801

*Tahmin Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

2019-2021 döneminde toplam doğrudan yabancı yatırım miktarı 3 milyar dolar olan Ekvator, 2021 yılında 21 milyar dolarlık toplam yabancı sermaye stoğu ile dünyada 94. sıradadır. (UNCTAD)

Ekvator Anayasası'nda, devletin yerli ve yabancı yatırımı teşvik edeceği, ulusal kalkınma planları hedefleri doğrultusunda yabancı sermaye yatırımlarının yerli yatırımları tamamlayacağı belirtilmektedir. Yabancı sermaye mevzuatının yasal çerçevesini Üretim, Ticaret ve Yatırım Yasası belirlemektedir. Yasa 2010 yılında, daha önce dağınık olan düzenlemeleri tek çatı altında toplamıştır. Yasanın amaçları arasında, özel yatırımların teşviki ve düzenlenmesi, ulusal kalkınma planlarına uygun stratejik yatırımların düzenlenmesi yer almaktadır.

Ekonominin üretim ve enerji matrisinin değişimi ve beşeri sermayenin geliştirilmesi Ekvator'un önemli önceliklerindendir. Yabancı yatırım, yurtdışında yerleşik gerçek ve tüzel kişilerce sahip olunan ya da kontrol edilen ya da yurtdışı sermaye ihtiva eden yatırımlar olarak tanımlanmıştır. Milli muamele ilkesi geçerlidir. Yerli ve yabancı yatırımcılar arasında ayrımcılık yapılması yasaktır. Yabancı şirketler, Ekvatorlu şirketlerle aynı şartlarda, tam korunma ve güvenlik içerisinde faaliyetlerini yü

rütürler. Yatırımcı hakları arasında, üretim ve pazarlama hürriyeti, kamu yönetim prosedürleri ve denetim kurallarına erişim bulunmaktadır. Yatırımlar devletin istihdam ve doğayı korumaya yönelik sosyal ve çevresel sürdürülebilir kalkınma politikalarıyla uyumlu olmalıdır. Yeni yatırımlar kanunda sayılı haller dışında izne tabi değildir.

Yatırım teşvikleri, sektöre, bölgeye ve diğer unsurlara göre değişiklik göstermektedir. Ekonominin gereksinimleri doğrultusunda yabancı yatırımın teşviki önceliklidir. Yatırımcı mülkiyeti Anayasa kapsamında korunmaktadır. Anayasaya göre, müsaderenin her çeşidi yasaklanmıştır. Ulusal ya da yabancı yatırımcılara müsadere uygulanamaz. Gayrimenkul istimlaki Anayasaya uygun olarak yapılır. Değerleme ve ödemeler adil ve telafi edici olmalıdır. Ayrımcılık yapılamaz.

Serbest Bölgeler

2010 yılı sonunda onaylanan yeni Üretim Yasası'nın hükümleri, 1991 tarihli Serbest Bölgeler Yasası'nın yerini almıştır. Yeni Üretim Yasası, Özel Ekonomik Gelişim Bölgelerinin (ZEDE) kurulmasına izin vermektedir.

Özel ticaret, vergi ve finansal düzenlemelere tabi olan bu bölgelere ithal edilen mallar gümrük vergisinden muaftır. Bu bölgeler sadece ihracat amaçlı imalat için kurulmamıştır.

Bir projeye ZEDE statüsü verilmesi için hükümet projenin teknoloji transferine, yenilikçiliğe, endüstriyel çeşitlendirmeye ve kombine hizmetlere yaptığı katkıyı değerlendirmektedir. Mevcut serbest ticaret bölgeleri faaliyetlerine devam etmekle birlikte, ZEDE ile belirlenen yeni idari düzenlemelere uymakla yükümlüdür.

Özel Ekonomik Kalkınma Bölgeleri (ZEDE) Teşvikleri: Ekvator'da Manabi'de Eloy Alfaro ZEDE, Imbabura'da Yachay ZEDE, Pichincha'da Quito ZEDE, Guayas'ta Litoral ZEDE ve Guayas'ta Posorja ZEDE olmak üzere beş özel ekonomik kalkınma bölgesi bulunmaktadır. Söz konusu bölgeler sanayi, lojistik, turizm ve teknoloji alanında yatırımcılara çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır:

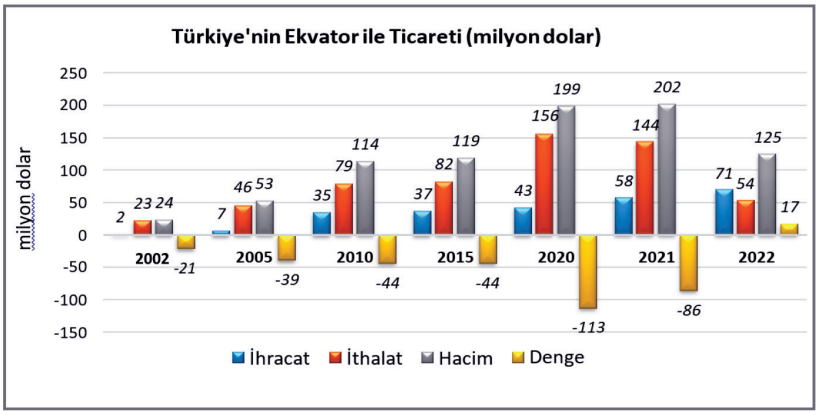
- 10 yıl boyunca gelir vergisi muafiyeti, daha sonra eşit sürelerde %10'ar gelir vergisi indirimi,
- İthal ürünler için gümrük vergisi istisnası,
- Hammadde, makina ve hizmetler için KDV istisnası,
- İştigal alanıyla ilgili mal ve hizmet ithalatında sermaye çıkış vergisi istisnası,
- Yurtdışı finansal işlemlerle ilgili vergi istisnası.

1990 yılından beri yürürlükte olan Dahilde İşleme (Maquila) Kanunu uyarınca Ekvator'daki dahilde işleme faaliyetlerinin çoğunluğu tekstil ve balıkçılık işleme sektörlerindedir.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

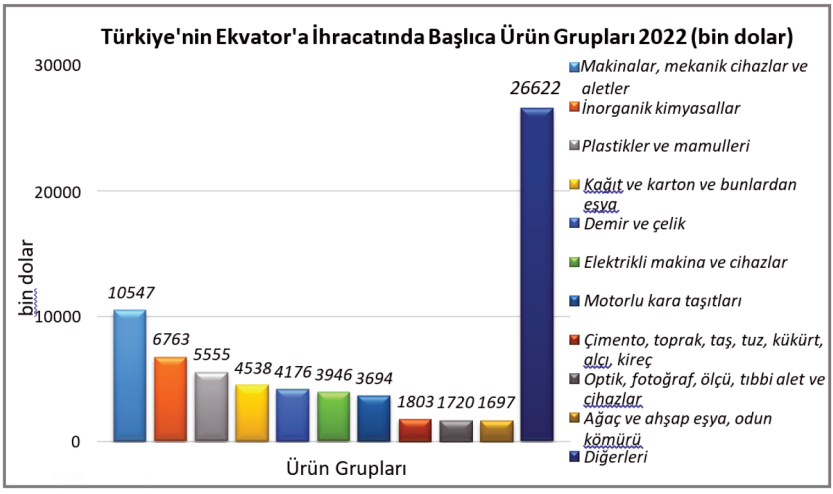
İki ülke arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (STA) müzakereleri devam etmektedir. 2022 yılında ülkeye ihracatımız 71 milyon dolar (bir önceki yıla göre % 23 artış) ve ithalatımız 54 milyon dolar (bir önceki yıla göre % 62 azalış) olup 2022 yılında Ekvator ile ticarette Ülkemizin 17 milyon dolar dış ticaret fazlası verdiği gözlenmektedir.

Türkiye-Ekvator Dış Ticaret



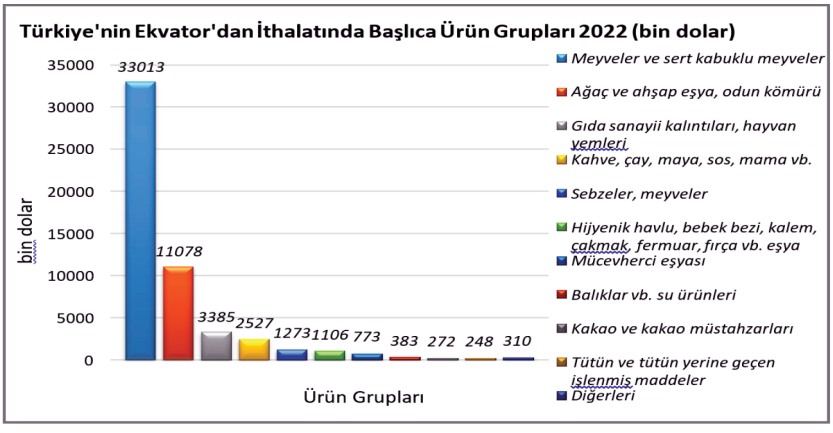
Kaynak: Trademap-directdata/Türkiye

Türkiye'nin Ekvator'a İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap-directdata/Türkiye

Türkiye'nin Ekvator'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap-directdata/Türkiye

EKLER:

EK-1 : Ekvator'un İhracatında Başlıca Ürünler (Bin Dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**20 226 568**	**26 269 228**	**37 784 484**	**100**	**43,8**
1.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	4 684 794	7 278 164	10 834 642	28,7	48,9
2.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	3 834 782	5 331 052	8 010 383	21,2	50,3
3.	0803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	3 682 436	3 500 321	3 523 427	9,3	0,7
4.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	563 540	1 319 767	2 046 870	5,4	55,1
5.	1604	Hazırlanmış/konserve edilmiş balıklar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızların hülasa ve suları	1 171 009	1 262 516	1 500 030	4	18,8
6.	2603	Bakır cevherleri ve konsantreleri	177 473	490 126	1 293 780	3,4	164
7.	0603	Kesme çiçek ve çiçek tomurcukları	827 142	927 276	1 017 772	2,7	9,8
8.	1801	Kakao dane ve kırıkları (ham/kavrulmuş, bütün/kırık)	816 392	819 457	915 471	2,4	11,7
9.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	378 490	572 623	902 880	2,4	57,7
10.	2616	Kıymetli metal cevherleri ve konsantreleri	361 060	591 136	720 110	1,9	21,8
11.	4410	Ağaçtan ve diğer odunsu maddelerden yonga levha, oriented strand board (OSB), vb.levhalar	128 112	196 101	238 775	0,6	21,8
12.	0710	Sebze, (pişirilmemiş veya buharda veya suda kaynatılmış)(dondurulmuş)	168 159	167 959	201 101	0,5	19,7
13.	1511	Palm yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	120 240	139 290	194 795	0,5	39,8
14.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	99 632	131 043	192 575	0,5	47
15.	2707	Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler	4	6 295	179 809	0,5	2756,4

Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

EK-2 : Ekvator'un İthalatında Başlıca Ürünler (Bin Dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**17 803 362**	**25 719 892**	**30 453 003**	**100**	**18,4**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1 474 766	2 500 558	4 238 706	13,9	69,5
2.	2707	Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından eldeyağlar ve diğer ürünler	946 396	1 592 057	2 317 833	7,6	45,6
3.	8703	Otomobiller	546 603	881 756	1 150 958	3,8	30,5
4.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	476 509	730 465	906 458	3	24,1
5.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlananilaçlar(dozlandırılmış)	738 806	851 009	828 149	2,7	-2,7
6.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	359 631	701 588	768 259	2,5	9,5
7.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	311 014	491 591	667 130	2,2	35,7
8.	1001	Buğday ve mahlut	325 229	499 021	579 600	1,9	16,1
9.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	565 866	617 924	550 754	1,8	-10,9
10.	2309	Hayvan gıdası olarak kullanılan müstahzarlar	242 518	331 595	411 510	1,4	24,1
11.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlaraait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	323 383	369 546	344 693	1,1	-6,7
12.	3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	175 747	310 773	315 654	1	1,6
13.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekteedici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	302 334	337 758	312 334	1	-7,5
14.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	268 484	576 629	306 959	1	-46,8
15.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >=600 mm)	130 677	332 013	305 303	1	-8

Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

EK-3 : Ekvator'un Ülkelere Göre İhracatı (Bin Dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**20 226 568**	**26 269 228**	**37 784 484**	**100**	**43,8**
1.	ABD	4 786 401	6 402 850	10 482 685	27,7	63,7
2.	Çin	3 193 705	3 644 911	6 733 751	17,8	84,7
3.	Panama	2 431 353	3 969 542	5 006 997	13,3	26,1
4.	Şili	808 822	1 120 473	1 413 323	3,7	26,1
5.	Kolombiya	789 300	851 880	1 243 043	3,3	45,9
6.	İspanya	534 862	731 982	1 112 503	2,9	52
7.	Peru	419 171	618 644	1 102 523	2,9	78,2
8.	Rusya	919 618	999 796	1 040 802	2,8	4,1
9.	Hollanda	565 615	684 869	773 405	2	12,9
10.	İtalya	512 551	550 107	633 600	1,7	15,2
11.	Hindistan	162 943	658 255	582 750	1,5	-11,5
12.	Japonya	339 520	260 485	551 378	1,5	111,7
13.	Fransa	273 485	383 007	406 927	1,1	6,2
14.	Almanya	398 928	363 544	383 466	1	5,5
15.	Kanada	118 930	189 810	368 407	1	94,1
…	…	…	…	…	…	…
24.	**Türkiye**	**300 737**	**218 874**	**214 125**	**0,6**	**-2,2**

Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

EK-4 : Ekvator'un Ülkelere Göre İthalatı (Bin Dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**17 803 362**	**25 719 892**	**30 453 003**	**100**	**18,4**
1.	ABD	3 977 717	5 681 096	7 841 891	25,8	38
2.	Çin	3 947 269	6 040 378	6 744 409	22,1	11,7
3.	Kolombiya	1 477 577	1 787 197	1 878 723	6,2	5,1
4.	Brezilya	662 991	994 904	1 234 672	4,1	24,1
5.	G. Kore	399 262	917 419	1 185 729	3,9	29,2
6.	Peru	599 950	862 228	1 077 164	3,5	24,9
7.	Kanada	331 257	543 140	799 511	2,6	47,2
8.	Meksika	590 759	715 640	759 415	2,5	6,1
9.	Arjantin	311 663	563 064	754 534	2,5	34
10.	İtalya	248 264	432 943	753 100	2,5	73,9
11.	İspanya	477 927	609 544	708 201	2,3	16,2
12.	Almanya	485 163	578 549	619 205	2	7
13.	Japonya	378 556	583 508	601 318	2	3,1
14.	Şili	449 022	538 922	533 523	1,8	- 1
15.	Hindistan	261 913	391 463	508 863	1,7	30
…	…	…	…	…	…	…
28.	**Türkiye**	**62 044**	**79 581**	**101 028**	**0,3**	**26,9**

Kaynak: Trademap-directdata/Ekvator

EK-5 : Türkiye'nin Ekvator'a İhracatında Başlıca Ürünler (Bin Dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**42 944**	**57 881**	**71 061**	**100**	**22,8**
1.	2835	Fosfinatıar, fosfonatlar, fosfatlar ve poıifosfatlar	1 239	695	3 267	4,6	370,1
2.	4805	Diğer kağıt ve kartonlar (kuşe edilmemiş veya sıvanmamış, rulo veyatabaka halinde	0	0	2 750	3,9	0
3.	7228	Diğer alaşımlı çelikten çubuk ve profiller; alaşımlı veya alaşımsız çelikten sondaj işlerinde kullanılan içiboş çubuklar	1 370	3 089	2 358	3,3	-23,7
4.	2832	Sülfitler ve tiyosülfatlar	299	1 102	2 336	3,3	112
5.	3917	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel,dirsek, flanşlar, vb.)	738	1 097	1 705	2,4	55,4
6.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	1 757	2 591	1 667	2,3	-35,7
7.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	794	1 060	1 582	2,2	49,2
8.	8419	Isı değişikliği yöntemi ile maddeleriişlemek için cihazlar, elektrikli olmayan şofbenler veya depolu suısıtıcıları	264	40	1 573	2,2	3832,5
9.	2523	Çimento	186	730	1 567	2,2	114,7
10.	4411	Ağaçtan veya diğer odunsu maddelerden lif levhalar	470	1 556	1 533	2,2	-1,5
11.	8525	Radyo veya televizyon yayınlarına mahsus verici cihazlar, televizyonkameraları, dijital ve görüntü kaydedici kameralar	35	12	1 512	2,1	12500
12.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	1 077	1 246	1 291	1,8	3,6
13.	8703	Otomobiller	3 905	2 113	1 188	1,7	-43,8
14.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç),mozik için küp şeklinde taşlar,granüller	103	450	1 131	1,6	151,3
15.	1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	423	1 217	1 016	1,4	-16,5

Kaynak: Trademap-directdata/Türkiye

EK-6 : Türkiye'nin Ekvator'dan İthalatında Başlıca Ürünler (Bin Dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**155 857**	**143 676**	**54 372**	**100**	**-62,2**
1.	0803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	133 476	116 926	32 969	60,6	-71,8
2.	4421	Ağaçtan diğer eşya	13 272	13 324	10 976	20,2	-17,6
3.	2301	Et, sakatat, deniz hayvanı vs. (yemeyeuygun olmayan) unu, pelleti,kıkırdakları (donyağı tortusu)	455	1 790	3 385	6,2	89,1
4.	2101	Kahve, çay ve Paraguay çayı hülasası,esans, konsantreleri ve müstahzarları	2 534	3 452	2 527	4,6	-26,8
5.	9606	Düğmeler, çıtçıtlar, düğme formları ve tunların diğer aksamı; düğme taslakları	547	557	1 102	2	97,8
6.	2008	Yer fıstığı ve diğer kabuklu yemiş ve meyve konserveleri	1 080	799	1 013	1,9	26,8
7.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	2	751	773	1,4	2,9
8.	1801	Kakao dane ve kırıkları(ham/kavrulmuş,bütün /kırık)	143	5 617	272	0,5	-95,2
9.	2007	Reçel, jöle, marmelat, meyve püresi ve pastları (pişirilerek hazırlanmış)	0	0	258	0,5	0
10.	2401	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	0	4	248	0,5	6100
11.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze,soğutulmuş, dondurulmuş,kurutulmuş, tuzlanmış veya benzerişlem görmüş)	16	82	199	0,4	142,7
12.	0307	Yumuşakçalar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş,kurutulmuş, tuzlanmış vs.)	2	14	112	0,2	700
13.	4403	Yuvarlak ağaçlar	0	0	99	0,2	0
14.	1106	Kuru baklağillerin, nişasta/inulin içeren kök ve yumruların unu, ezmesive tozu	118	108	92	0,2	-14,8
15.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	4	23	61	0,1	165,2

Kaynak: Trademap-directdata/Türkiye

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN EKVATOR'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU		1
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	188.107	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	2.029.234	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	136.015	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	56.446	
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	644.419	199.238
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	5.400	14.045
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	1.045.944	300.149
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	354.428	41.280
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	143.523	17.961
Genel Toplam	**4.603.516**	**572.673**

EKVATOR' UN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	24,372	31,503
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	278,658	386,364
Değirmencilik	756,793	1,013,510
Diğer Gıda Müstahzarları	1,426,430	1,801,212
Hububat	577,074	760,919
Pastacılık Ürünleri	8,163	10,791
Şeker ve Şeker Mamulleri	157,326	218,383
Un ve Unlu Mamuller	143,511	170,831
Genel Toplam	**3.372.327**	**4.393.513**

EKVATOR' UN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	570,268	714,245
2	ARJANTİN	341,063	581,032
3	PERU	299,981	536,895
4	BOLİVYA	351,795	467,266
5	KANADA	358,326	341,167
6	KOLOMBİYA	179,204	221,605
7	ŞİLİ	111,503	122,503
8	BREZİLYA	57,775	90,247
9	MEKSİKA	47,999	60,548
10	İSPANYA	46,627	53,169
30	**Türkiye**	**4,13**	**5,706**

EL SALVADOR

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

EL SALVADOR

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

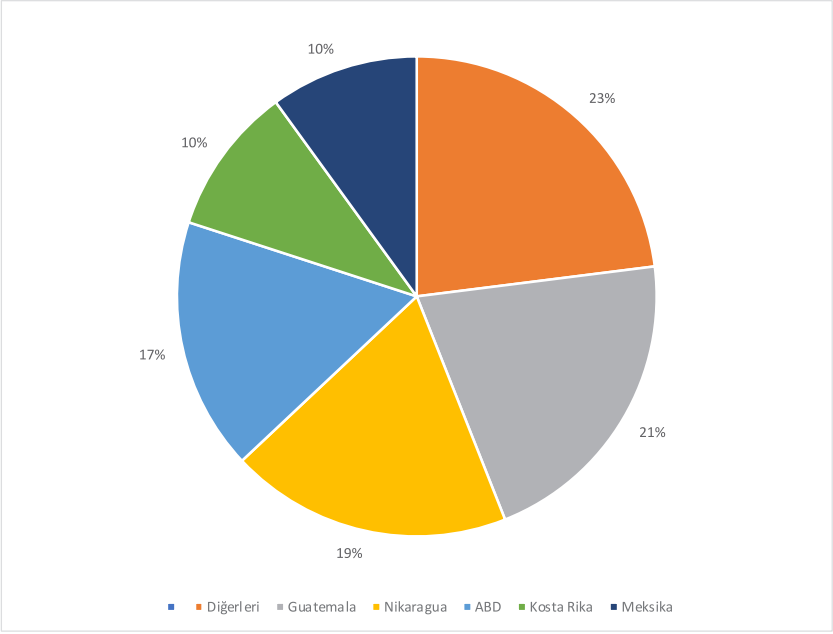
Resmi Adı	El Salvador Cumhuriyeti
Nüfus	6.3 milyon (2022)
Dil	İspanyolca (resmi dil), Nahua
Yüzölçümü	21.041 km2
Başkent	San Salvador
Başlıca Şehirleri	San Salvador, Acajutla, Ahuachapán, Chalatenango, Cojutepeque, Nejapa, La Unión, San Miguel,
Yönetim Şekli	Üniter Başkanlık Cumhuriyeti
Devlet Başkanı	Nayib Bukele
Para Birimi	ABD Doları (USD) ve Bitcoin (BTC)

Genel Bakış

El Salvador, Orta Amerika'nın en küçük ülkesidir. Nüfusu yaklaşık 6.6 milyon olup, bu nüfusun yaklaşık %62'si kentsel alanlarda yaşamaktadır. Yaklaşık 1,8 milyonluk nüfusu ile başkent San Salvador en büyük kenttir. Salvador ekonomisi 2020 yılında pandemi nedeniyle keskin bir durgunluk yaşamıştır. Ancak 2021'de üretim seviyelerinde toparlanma gerçekleşmiş ve GSYİH'de %10,3'lük bir artış kaydedilmiştir. Bu toparlanma etkisi 2022 yılında ise yavaşlamıştır. 2022 yılı için GSYİH 27 milyar USD düzeyindedir. Kişi başı GSYİH 8.776 USD'dir. Enflasyon Eylül 2022 yılında %12'ye ulaşmış olup, yakın vadeli pazarda olumsuz etki yaratması beklenmektedir. Ayrıca Latin Amerika ve Karayipler Ekonomik Komisyonu, 2023 yılında büyümedeki yavaşlamanın derinleşeceği ve El Salvador için büyüme tahmininin %1,6 olarak öngörüldüğünü bildirmiştir. Ulusal hükümet ise bu değeri %2.0-3.0 aralığında beklediğini ifade etmiştir. El Salvador Merkez Bankası'nın rakamlarına göre, GSYİH'nin %25'ini oluşturan göçmen işçi dövizleri, ülke ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Ekim 2022 yılı itibarıyla El Salvador'a, 2021 yılının aynı dönemine göre %3.7 daha fazla (6,4 milyar USD) göçmen işçi dövizi girişi gerçekleşmiştir. Bu girişin yaklaşık %94'ü Amerika Birleşik Devletleri kaynaklıdır.

El Salvador'da gıda tüketim alışkanlıkları, daha hızlı yaşam tarzından oldukça etkilenmiştir. Uzaktan çalışma hala yaygın olarak kullanılsa da birçok şirket ve kurum dönüşümlü çalışma saatlerini uygulamaya başlamış ve bu nedenle trafik pandemi öncesi seviyelere geri dönmüştür. Uzun iş gidiş-dönüş süreleri, ev dışı gıda tüketim düzeylerinde artışa neden olmuştur.

Ekonomi Bakanlığı ile İstatistik ve Nüfus Sayım Müdürlüğü'nün 2021 yılında gerçekleştirdiği "Çok Amaçlı Evler Araştırması"na göre, çalışan El Salvadorlular restoran/kafeteryalardaki öğle yemeğine aylık ortalama 49.79 USD harcamaktadır. Euromonitor'a göre 2021'de, çalışan bir El Salvadorlu'nun hane başına dışarıda yemek harcaması aylık ortalama yaklaşık 121.17 USD olarak gerçekleşmiş olup, 2020 yılına göre %19'luk bir artış belirlenmiştir. Salvadorlular pandeminin bir sonucu olarak sağlıkları konusunda daha fazla endişe duyduklarından, sağlık yararına odaklanan tüketici odaklı ürünlerin ülkede artış gösteren bir ilgi ve satış performansı vardır. Genel olarak ise 2021 yılında en iyi satış performansı gösteren ürünler domuz eti, kanatlı ürünleri, işlenmiş meyve ve sebzeler, gıda müstahzarları, soslar, unlu mamuller ve makarna olmuştur.



Şekil. 2022 Yılı El Salvador Tüketici Odaklı Gıda Ürün İthalat Edilen Başlıca Ülkeler

El Salvador Pazarının Avantajları

- İthal ürünler tüketiciler arasında yüksek kalite ve gıda güvenliği standartlarıyla ilişkilendirildikleri için El Salvador'un HRI sektöründe ilgi ve talep görmektedir.
- Büyük perakendeciler, yüksek değerli ithalatlar için daha fazla alan ve daha iyi soğuk zincir teknolojisi sağlamakta, giderek daha karmaşık ancak etkin dağıtım sistemleri geliştirmektedir.
- Kentleşmedeki gelişmelerdeki hız ve artışın yanı sıra alışveriş merkezlerinin genişlemesiyle birlikte, daha fazla ithal gıda ürünü satmak için yeni perakende satış noktaları oluşmaktadır.
- Büyük perakendeciler son birkaç yılda mağaza sayısını ve satış alanını genişletmekte ve bu genişlemeyi sürdürmeyi planlamakta.
- Bilgi ve teknoloji, gıda pazarlama/satışı için güçlü araçlar haline gelmiştir. E-ticaretin artışıyla perakende kanalları için seçenekleri de artmış, bağımsız uygulamalar ve Whatsapp dahil sosyal medya platformları aracılığıyla yeni "çevrimiçi süpermarketler" seçenekleri ortaya çıkmıştır.
- Daha eğitimli, iki dilli (İngilizce/İspanyolca) ve daha genç bir nüfusa sahip El Salvador da yaşam tarzının modernleşmesi, ithal gıda ürünlerinin pazar payını destekleyici bir unsurdur.
- Turizm, pandeminin ardından El Salvador için güçlü bir gelir kaynağı olarak ortaya çıkmış ve bu nedenle ithal tüketici odaklı gıda ürünlerini satmak/tanıtmak için yeni alanlar oluşmuştur.
- Ülke genelinde yeni kahve dükkanlarının açılmasıyla birlikte fırıncılık ve unlu mamuller sektörü de büyümektedir. Büyük süpermarketlerin de kendi unlu mamuller birimleri vardır.
- Pazarı domine eden ABD tarım ve gıda ürünleri, bölgede mevcut bazı gıda ürünlerinden daha yüksek fiyatlıdır. Diğer potansiyel rakipler arasında Guatemala, Kanada, Meksika ve Şili bulunmaktadır.

El Salvador Pazarının Dezavantajları

- İthalatçılar pazarı test etmek için küçük miktarlarda satın almalar eğilimindedir.
- Yüksek pazarlama maliyetleri (reklam, indirimler vb.) yeni ürünlerin tanıtımını zorlaştırmakta.
- Güvenlik sorunları ve artan dağıtım maliyetleri, mağazaların ürünleri ulusal düzeyde tanıtma imkanlarını sınırlamakta.
- El Salvador'un Kasım 2022 yılı itibarıyla %7,32 olan yüksek enflasyon oranı, hane gelirlerini doğrudan etkileyerek daha yüksek maliyetli ithal gıda ürünlerinin tüketimini sınırlamakta
- Pazar oldukça fiyata duyarlıdır ve düşük kaliteli ürünler genellikle fiyatlandırma nedeniyle daha rekabetçidir.
- Pazar liderleri, süpermarketlerin dayanak noktası olduğu modern alışveriş merkezlerinin inşasına yatırım yapmaktadır. Bu durum ise ithal ürünleri tanıtmak için mağaza içi promosyonlara yönelik pazarlamaya daha fazla yatırım yapılmasını gerektirir.
- Yeni ürünlerin kaydı külfetli bir süreçtir ve hükümetin merkezi laboratuvar analiz süreci nedeniyle çok uzun sürer. Ayrıca ithalat ve gümrük işlemlerinde tutarlılık ve şeffaflık eksikliği bulunmaktadır.
- Et, süt ürünleri ve mısır, pirinç ve fasulye gibi tahıllar ihraç eden komşu ülkeler ile güçlü rekabete girmek gerekmektedir.
- Gıda ürünlerindeki yüksek enflasyon oranı, ithal malların satın alma gücünü doğrudan etkilemektedir. Tüketiciler daha düşük fiyatlı yerel seçenekleri tercih edebilmektedir.
- CAFTA-DR'nin uygulanması, çoğu ABD gıda ürününe yönelik gümrük vergilerini düşürmüş veya ortadan kaldırmıştır.
- ABD medyasına maruz kalmanın yanı sıra ABD ile dil, kültür ve ticari bağlar, ABD ürünlerine yönelik olumlu tutumlara katkıda bulunmaktadır.

SWOT Analizi

El Salvador Pazarı Yapısı

El Salvador, Orta Amerika'nın en küçük ülkesidir ve yirmi yılı aşkın bir süredir ekonomik büyümesi %2 ila 3 arasında dalgalanmıştır. Aslında Orta Amerika Ekonomik Komisyonu'na (CEPAL) göre 2023 yılı için öngörülen büyüme %2'dir. Enflasyon oranı genel anlamda iyileşme göstererek Mart 2023 yılında yüzde 6,06'dan Nisan 2023 yılında yüzde 5,44'e gerilemiştir. Bu iyileşme, 2023 yılı Nisan ayında yıllık bazda de-

ğişiklik gösteren gıda ve alkolsüz içecekler alanında da belirlenmiştir. Ancak, %11,62 olan 2023 yılı Mart ayındaki rakamdan daha düşük bir rakam olan %10,36 fiyatların değişmediğini ve yükseliş trendinin devam ettiğinin göstergesidir.

El Salvador gıda ve içecek pazarının büyüklüğünün 8,4 milyar dolar olduğu tahmin edilmekte olup, son 6 yılda yıllık bileşik büyüme oranı %2 olarak gerçekleşmiştir. İthalattaki bu olumlu eğilim, ithal gıda ürünleri, özellikle de niş ürünler açısından rekabet avantajı sağlamaktadır. Pazarı domine eden ABD 2021 yılında El Salvador'a 828 milyon USD üzerinde tarım ürünü ihraç etmiştir. Bunlar arasında gıda müstahzarları, işlenmiş sebzeler, unlu mamuller, hububat ve makarna dikkat çekici miktarlara sahip olanlardır.

El Salvadorlu tüketiciler genel olarak yeni gıda markalarına, özellikle de özel/uluslararası gıdalara karşı oldukça pozitif olmakla birlikte sağlık yararları konusunda eğitim ve tadımlar yanı sıra gerekli ise kullanım demolarına ilgi gösteren bireylerdir. Pandemi ile birlikte büyük perakendeciler genişleme planlarına devam etmiş ve çevrimiçi mağazalarını yenilemiştir. Bu durum ise satışların artmasını ve tüketicilerin alışveriş yapmak ve onlarla etkileşime geçmek için dijital kanalları kullanmasını sağlamıştır.

El Salvador perakende sektörü, esas olarak sürekli göçmen işçi dövizi akışı ve tüketici kredilerinin istikrarlı bir şekilde genişlemesi nedeniyle artan satın alma gücüyle desteklenen, ülke ekonomisinin önemli bir büyüme alanı olmaya devam etmektedir. Ayrıca, pek çok büyük zincir toplu tüketim alanı, yalnızca gıda değil aynı zamanda mutfak deneyimi de satmayı amaçlayan küçük, gurme odaklı girişimcilerle rekabet ettiği kahve dükkanları veya küçük bistro tipi restoranların sayısı giderek artmaktadır. El Salvadorlular kahvaltı için kafelerde veya küçük restoranlarda bir araya gelmeyi tercih ederler. Daha büyük mekanlar, resmi olmayan buluşmalar ile iş toplantıları için tercih edilmektedir. Bu eğilim ise sektörün ihtiyaç duyduğu unlu mamuller, süt ürünleri, kokteyller, smoothieler, milkshakeler, taze meyveler ve meyve sularına olan talebin artmasına neden olmaktadır.

Bir diğer trend ise El Salvador'un farklı bölgelerinde farklı alışveriş/ticaret binalarının açılmasıdır. En yeni ve simgesel olanı, ofisler için 24 kat ve 3 katlı bir alışveriş alanı ile iyi bir restoran ve kafe hizmetleri sunan, güncel olarak San Salvador'un en yüksek binası olan Millennium Plaza'dır. Bu projede bir otelin yanı sıra bir çatı katı, konut daireleri, restoranlar için geniş bir alan, spor sahası ve ana cazibe merkezi olan Millenium Skydeck'i içerecek ikinci aşamasının inşaatı hala beklemededir. Tüm bu projeler ithal gıda ve içeceklerin tanıtımı için cazip bir alanı temsil etmektedir.

Yakın tarihli bir analizde, El Salvador'da gıda fiyatlarının 20 yıl öncesine göre iki katına çıktığı belirtilmiştir. Mart 2023 yılında gerçekleştirilen bir araştırmada ise gıda ürünlerini satın almak için düşük satın alma gücünün Salvadorluların şu anda karşı karşıya olduğu en endişe verici durumlardan biri olduğu vurgulanmıştır. Bu araştırmaya göre, tüketicilerin %73'ü son üç ayda bazı gıda maddelerini almayı bırakmış, %58,3'ü öğün başına düşen yiyecek miktarını azaltmış, %69,9'u en az bir kez et, tavuk veya taze balık almayı bırakmış, %53,7'si meyve veya sebze almamaya başlamış olup, hanelerin %37,8'i temel tahılları satın alma güçlüğü yaşadıklarını ifade etmiştir.

Pandemiden önce de yüksek gelirli El Salvadorlular ve genç tüketiciler, çevrimiçi gıda ve yemek siparişi vermek için çeşitli uygulamaları kullanmakta ve HUGO ve UBER gibi şirketler iyi tanınırlığa sahip durumdaydı. Ancak e-ticaretteki hızlı gelişmeler aynı zamanda teslimat hizmetleri veren şirket ve organizasyon sayısındaki artış, bu kanaldaki ürün portföylerinin oldukça artmasına neden olmuştur, çok çeşitli ürünlerin

satıldığı "pazar yerleri" oluşması ile sonuçlanmıştır. Çevrimiçi süpermarket sektöründe KIP (uygulama tabanlı) ve Superea (web tabanlı) gibi pandemiyi büyüme fırsatı olarak değerlendiren ve tüketiciler için uygun fiyatlı ve pratik bir seçenek haline gelen nispeten yeni oyuncular da ortaya çıkmıştır. Bunlar, tüketicilere normal süpermarket ürünlerinin yanı sıra önceden kesilmiş sebzeler, meyveler veya yemeye hazır salatalar ve peynir/şarküteri et tabakları gibi bazı katma değerli ürünleri de arz etmektedir. İlginç bir durum ise çevrimiçi market teslimatı hizmetlerinin göçmen işçi dövizleri için de kullanılan kanallar haline gelmesidir. Bazı Salvadorlular yurt dışından evlerine para göndermek yerine bu yerel uygulamalar aracılığıyla gıda teslimatı yapmaktadır. Bu yeni kanal aynı zamanda perakendecilere yeni ürünler, özel promosyonlar sunma ve/veya müşterileri marka bağlılığı karşılığında ödüllendirme fırsatı da sunmaktadır.

10.800'den fazla tesisiyle gıda ve içecek endüstrisi, imalat sektörünün %30'unu temsil ederek El Salvador ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. El Salvador, gıda bileşenleri ve çok çeşitli tüketici odaklı ürünler de dahil olmak üzere tarım ürünlerinin önemli bir ithalatçısıdır. El Salvador 2022 yılında yaklaşık 3,4 milyar dolarlık tarım ürünü ithal etmiştir. El Salvador Sanayicileri Derneği (ASI) tarafından yayınlanan Endüstriyel İhracatçılar 2022 yılı raporuna göre, gıda imalat sektörü 2021 yılında 527,2 milyon USD karşılığı ihracat gerçekleştirmiş olup sektör 2020 yılına göre %12,3'lük büyüme kaydetmiştir. Aynı raporda atıştırmalıklar ve et ürünleri (çoğunlukla ton balığı) kategorilerinin gıda üreticilerinin ihracatlarında sırasıyla %28,1 ve %19,7 pay sahibi olduğu yer almaktadır. Atıştırmalık üreticilerinin tüketici taleplerini karşılamak için yenilikler yaptığı ve daha sağlıklı ürünler geliştirdiği vurgulanmıştır.

Gıda Perakendeciliği

23 yılı verilerine göre, El Salvador'daki süpermarketler, ülkedeki 1,7 milyar USD değerindeki tüm gıda perakende satışlarının yaklaşık %40'ını gerçekleştirmektedir. Süpermarketler kesin satış bilgilerini yayınlama konusundaki yetersizlikleri ve veri erişimi sıkıntısı olmakla birlikte, kuruluş bazlı tahmini satış rakamları aşağıdaki Çizelgede yer almaktadır.

Çizelge. El Salvador Başlıca Gıda Perakendecileri

Grup	Süpermarket, Hipermarket	Mağaza Sayısı	Tahmini Yıllık Satış (milyon USD)
Grupo Calleja, S.A. de	Super Selectos	107	>150
Walmart Mexico y	Walmart Supercenter	6	>150
Centroamerica	Despensa de Don Juan	17	100-150
	Despensa Familiar 1/	63	100-150
	Maxi Despensa	16	>150
Price Smart	Price Smart	3	>150
Toplam		**212**	**-**

El Salvadorlu tüketiciye ulaşmanın farklı yolları vardır. Örneğin süpermarketler, müşterilerine daha iyi fiyatlar ve teklifler sağlamak için farklı ithalat yöntemlerini kullanabilir. Çoğu ithalatçı, daha rekabetçi fiyatlar sunabilmek için genellikle doğrudan üreticilerle çalışmayı tercih ederler. Nakliye maliyetleri önemli olduğundan, tercih edilen nakliye yöntemi esas olarak Miami'den Guatemala limanlarınadır; ancak bazıları Panama üzerinden ve daha sonra kara taşımacılığı yoluyla El Salvador'a geçebilir.

Super Selectos, El Salvadorlu bir perakendecidir ve şu anda 107 mağazası bulunmaktadır. Bu perakendeci 2024'e kadar yılda en az beş yeni mağaza açmak gibi agresif bir genişleme planına sahiptir. Bunu, ülke genelindeki ticari gelişmelerle ortaklık kurup, ilgili alışveriş merkezinde bir ana mağaza olarak başarmayı planladıklarını açıklamışlardır. Super Selectos mağaza düzenleri, mağazalarını daha geniş koridorlar, kafeteryalar ve enerji tasarruflu teknolojiler içerecek şekilde yeniden tasarlayarak tüketicileri cezbetmek ve daha konforlu bir alışveriş deneyimi sağlamak için geliştirmektedir. Çevrimiçi mağazasını pandemi sırasında yenilmiş ve karantina sırasında satışların hızla arttığı ve %1.200'lük bir büyüme kaydetmiştir.

Walmart Mexico y Centroamerica, 600'den fazla mağazasıyla bölgenin en büyük perakendecisidir. El Salvador'da farklı formatlarda 102 mağazası bulunmaktadır: Walmart Super Centers (6), Despensa de Don Juan (17), Maxi Despensa (16) ve Despensa Familiar (63). Başlıca rekabet avantajları, giyim, elektronik ve ev eşyaları gibi gıda dışı ürünleri uygun fiyatlarla geniş ve çeşitlilikle sunmaları ve insanlar için "tek durak noktası" işlevi görmeleridir. 24 Ocak 2022'de Walmart, El Salvador'daki mağazalarını satmayı değerlendirdiklerini duyurmuş, ancak o zamandan beri daha fazla bilgi paylaşılmamıştır. Basın bülteninde şirket, fikrinin Kosta Rika, Guatemala ve Meksika'daki işlerini hızlandırmaya yardımcı olabilecek stratejik ittifaklar oluşturmak ve hatta El Salvador, Honduras ve Nikaragua'daki operasyonlarını satmak olduğunu belirtmiştir.

PriceSmart El Salvador, S.A. de C.V.'nin merkezi San Diego, Kaliforniya'da bulunur. Pricesmart, üçüncü mağazasını El Salvador'da bu kez ülkenin doğu bölgesindeki San Miguel şehrinde açmış olup, batı bölgesindeki Santa Ana şehrindeki dördüncü mağazanın inşaatı sürmektedir. Pricemart toptan satış mağazası formatında olup, gıda dışı ürünleri de müşterilerine sunmaktadır. Geniş ailelerin ve restoran sahiplerinin tercih ettiği gıda perakendecilerinden biridir.

El Salvador'da gıda ve içecek satışlarının yaklaşık %60'ı hala geleneksel ve küçük perakendeciler ile açık hava pazarlarında, indirim mağazalarında ve giderek artan oranda benzin istasyonu marketlerinde gerçekleşmektedir. Ülkede yaklaşık 70.000 geleneksel ve küçük perakende noktasının olduğu tahmin edilmektedir. Bunların satışlarının yıllık yaklaşık 2,8 milyar USD olduğu tahmin edilmektedir. Düşük gelirli tüketiciler ana müşterileri olup, küçük boyutlu/bireysel paketleri tercih etmektedirler. Açık hava veya taze ürün pazarları, geleneksel olarak meyve, sebze, kırmızı et, kümes hayvanları, yumurta, domuz eti ve balık gibi taze ve daha ucuz bakkaliye ürünlerini bulabileceğiniz en popüler yerler olmuştur. Ancak mevcut enflasyon seviyeleri ve süpermarketler ile taze ürün pazarları arasındaki fiyat farkının daralması, tüketicileri mevcut daha ucuz seçeneğe dayalı alışveriş yeri tercihlerinde etkilemektedir.

Pazara Giriş Stratejileri

Ürünlerin El Salvador pazarına başarıyla tanıtılması, yerel temsile ve kişisel temaslara bağlıdır. Yerel temsilin avantajları arasında pazar bilgisi, güncel gelişme ve uygulamalar, ticari faaliyet tekniklerine dair rehberlik, ithalat politikaları, satış bağlantıları ve pazar geliştirme uzmanlığı yer alır. El Salvador bir kartvizit topluluğudur ve ilk toplantıda kartvizit alışverişinde bulunmak önemlidir. Başlangıçta Salvador'daki iş ilişkileri ve toplantılar resmidir. Uygun unvanlar kullanmanız, toplantıdan önce ve sonra el sıkışmanız ve ilişki sağlamlaşana kadar kişinin adını kullanmamanız beklenir. Soyadından önce resmi Señor (Bay) veya Señora (Bayan) kullanılması (örn. Señor Gomez, Señora Ramirez) önerilir.

Diğer hususlar:

- Mağaza içi tanıtım faaliyetleri ve satış noktası malzemeleri için yerel ithalatçıları desteklenmelidir.
- İthalatçıların çoğu Miami bölgesinden yapılan sevkiyatları tercih etmektedir ve küçük hacimli sevkiyatlarda konsolidasyon en iyi seçenektir.
- Ürün kayıt sürecini ve ürünün müteakip girişini kolaylaştırmak için ithalatçı ile işbirliğine dayalı bir ilişki kurulmalıdır.
- Trendleri görmek ve El Salvadorlu tüketici tercihlerini anlamak için ülkeye kişisel ziyaretler yapılması oldukça yararlı olacaktır.

El Salvador 10 serbest ticaret anlaşmasına sahiptir. Orta Amerika ülkeleri, Meksika ve Şili, tüketici odaklı ürünlerde ABD ile birlikte başlıca ticari rakipleridir. El Salvador gıda endüstrisi, diğer Orta Amerika ülkelerine göre daha az gelişmiş olmasına rağmen günümüzde atıştırmalıklar, meyve suları ve gazlı içeceklerin üretimi ve ihracatında bölgesel liderdir. Ancak tüm endüstri, hammadde ithalatına bağımlıdır. Ülkenin gıda işleme sanayisi dinamik bir yapıya sahiptir. Kaliteyi artırmak, verimliliği iyileştirmek ve üretim maliyetlerini düşürmek için yenilikçi bileşenler arayışındadırlar. Ülkemiz ihracatçıları ve tedarikçileri, tüketici eğilimleri ve gelişimi, ürün kayıt prosedürleri ve iş uygulamaları konusunda güncel bilgilere sahip olacak yerel bir ortağa sahip olabilir. Ancak doğrudan bağlantı da mümkündür. Bu durumda pazara yeni çıkacak herhangi bir ürünün piyasaya sürülmesiyle ilgili olarak araştırma geliştirme ve/veya üretim alanlarıyla iletişim halinde olmak önemlidir.

El Salvador'a gıda hammaddeleri ve yarı-mamul ile gıda katkı maddeleri ihraç etmenin üç ana kanalı vardır:

a. İhracatçılarımız, gıda üreticilerine ulaşmak için yerel bir distribütör kullanan bir ithalatçıya/acenteye satış yapabilir.

b. Gıda üreticilerine satış yapan bir distribütöre/toptancıya ürünler ihraç edilebilir. Küçük ve orta ölçekli gıda sanayi, kalite kontrol yönetiminden ve büyük stok işlemlerinden kaçınmak için bu yöntemi tercih etmektedir.

c. İhracatçılarımız doğrudan gıda üreticisine satış yapabilir. El Salvadorlu üreticilerin bölgesel ve uluslararası ticari fuarlara katılımları ile ticaret misyonlarında yer almaları, bu yöntemin olasılığını arttırmaktadır. Ülkede faal olan çok-uluslu şirketler genellikle hammaddelerinin çoğu için doğrudan ithalatçıdır.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Genellikle bir ürünün gümrükten geçmesi sırasında bir Gümrük müfettişi, bir Gümrük memuru ve Sağlık Bakanlığı (MINSAL) müfettişi sürece dahil olur. İthalat belgelerinde kullanılan ticari dil İngilizcedir. Bir ürünün gümrükten geçmesi ortalama olarak yaklaşık üç ila beş gün sürer. Çoğu ithalatçı, gümrükleme prosedürlerini mümkün olduğunca hızlandırmak için bir gümrük acentesi kullanır. Güncel koşullarda ihtilaflı ürün reddine ilişkin herhangi bir itiraz prosedürü bulunmamaktadır.

El Salvador hükümeti, ithalatçıların MINSAL'e kayıtlı olmalarını gerektirir. İthalatçıların ayrıca ithal edilecek her ürünün ve numunenin, insan tüketimine uygun olduğundan emin olmak için kayıt altına alması zorunlu tutmaktadır. Bu amaçla yapılan tescil işlemlerinin beş yıl süreyle geçerliliği vardır. MINSAL, çevrimiçi ithalat izni istemek için yeni bir prosedür oluşturmuş olup, bu güncel prosedür gıda ve içecek izinleri için yetkilendirilmiş tek yöntemdir. Yeni sistem, ithalat izinlerinin işlem süresini 3 dakika

veya daha kısa bir süreye indirmektedir. Genel olarak çoğu ürün, rutin kontrollerden geçerken ve ürün ruhsatlandırıldığında MINSAL tarafından gerçekleştirilen laboratuvar testlerine tabi tutulur. İthal ürünler için Serbest Satış Sertifikası da gerekmektedir. İdeal olarak satış sertifikası (CFS), resmi bir kamu sağlık kurumundan alınan, ithal edilecek ürünün bu kurumun tüm sağlık ve hijyen gerekliliklerini karşıladığını ve orijin ülkede serbestçe satıldığını ve tüketildiğini belirten bir sertifikadır.

El Salvador'da satışa sunulacak ürünler için içindekiler listesi, üretim yöntemi ve son kullanma tarihini içeren İspanyolca bir etiketin kullanılması gerekmektedir. İşlenmiş ürünler için son kullanma tarihi, daha yüksek değerli ve taze ürünler için hem üretim hem de son kullanma tarihi gereklidir. El Salvador'a ithal edilen tüm ürünler için, serbest ticaret anlaşması kapsamında gelen ürünlerde menşe ülke sertifikası gerekmektedir. Güncel şartlarda besin etiketi zorunlu değildir.

El Salvador serbest pazar ekonomisine sahip ve çeşitlendirilmiş, ihracat odaklı bir ekonomi ile yönetilmektedir. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyesi olup 10 serbest ticaret anlaşmasının tarafları arasındadır. 20 Ağustos 2018 yılında El Salvador resmi olarak Guatemala-Honduras Gümrük Birliği'ne katılmıştır. Mısır, pirinç, kümes hayvanları ve süt ürünleri gibi hassas tarım ürünleri dışında çoğu ABD gıda ürününün, CAFTA-DR anlaşması kapsamında El Salvador pazarına gümrüksüz erişimi bulunmaktadır.

El Salvador Pazarında Rekabet

ABD, diğer Orta Amerika ülkeleri, Meksika ve Şili, tüketici odaklı ürünlerde El Salvador pazarının başlıca tedarikçileridir. El Salvador gıda sanayi, diğer Orta Amerika ülkelerine göre daha az gelişmiş olmasına rağmen şu anda atıştırmalıklar, meyve suları ve gazlı içeceklerin üretimi ve ihracatında bölgesel liderdir. 2022 yılında El Salvador'un toplam tarımsal ithalatı, 2021 yılına göre %20 artışla 3,4 milyar USD'ye ulaşmıştır. Bu ithalata konu olan ürünler arasında, gıda sanayi hammadde ve yarı-mamulleri de yer almaktadır. Çeşitli ürün grupları bazında başlıca tedarikçiler bu tedarikçilerin sahip oldukları avantaj ve güçlü yönleri aşağıdaki Çizelge'de yer almaktadır.

Çizelge. El Salvador Gıda İthalatında Başlıca Ülkeler ve Avantajları, 2022

Kategori	Başlıca Tedarikçiler ve Pazar Payları	Avantajları ve Güçlü Yönleri
Süt Ürünleri	Nikaragua (%46) Kosta Rika (%12) ABD (%11)	El Salvador ulusal yemeklerinde "Pupusa" yapmak için uygun ürün tedariği ve fiyat avantajları
Çorbalıklar ve Gıda Müstahzarları	Kosta Rika (%23) ABD (%21) Uruguay (%16)	Nakliye avantajları, beğeni ve kabul gören lezzetlerde ürün tedariki, küçük ölçekli ithalatların birlikte nakliyesi
Et ve Et Ürünleri	Nikaragua (%80) ABD (%6) Guatemala (%5)	El Salvadorlular satın alma kararlarını fiyata göre verme eğilimindedir. Nikaragua çok düşük fiyatlarla ürün ihraç etmektedirler.
Unlu Mamuller, Hububat ve Makarna	Guatemala (%44) Kosta Rika (%14) ABD (%13)	Guatemala ve Meksika daha düşük fiyatlar sunmaktadır. Ayrıca mesafe nedeniyle Guatemala'dan nakliye maliyetleri daha düşüktür
Taze Meyve	Guatemala (%22) Meksika (%17) Şili (%17)	Guatemala, tüm yıl boyunca daha düşük üretim maliyetleriyle tedarik gerçekleştirebilmesi nedeniyle onlarca yıldır El Salvador'un ana meyve ve sebze tedarikçisi olmuştur.

Pazar ve Tüketici Trendleri

El Salvador, büyüklüğü ve vatandaşların nispeten düşük satın alma gücü nedeniyle yeni tüketim kalıpları yaratmak yerine onları takip etme eğilimindedir. Ülkede sağlık ve beslenme artık yalnızca yüksek gelirli tüketicilerin ana endişesi değildir. Pandemi ile birlikte daha fazla El Salvador'lu sağlıkları konusunda bilinçlenmiş ve iyi beslenme alışkanlıkları yoluyla bağışıklık sistemlerini güçlendirecek ürünler arayışına girmiştir. Bu nedenle, doğal içerikli, organik, yağsız/az yağlı, glutensiz, yüksek antioksidan madde ve vitaminler içeren, şekersiz veya azaltılmış kalorili (içecekler dahil) ürünler için daha güçlü bir talep ve potansiyel bulunmaktadır. Sağlıklı beslenme trendini takip eden birçok kişi koşu/bisiklet kulüplerine katılmakta ve yarışmalara daha iyi hazırlanmalarına yardımcı olacak gıda ve içecekler arayışına girmektedir. Buna ek olarak, El Salvadorluların çoğu somon, kral yengeç ve ıstakoz gibi özel deniz ürünlerine ilgi göstermektedir. Bu ürünler için Şili ana tedarikçi olup, yüksek fiyatlarla pazarda yer almaktadır. Ancak bu ürünlere ait lezzet ve aroma özellikleri, özellikle atıştırmalık ürün geliştirme çalışmaları için dikkate alınabilir.

El Salvador'da çoğu gıda üreticisi küçük ve orta ölçekli olup yalnızca iç pazara hizmet vermektedir. Bununla birlikte, bazı büyük çok uluslu gıda ve içecek şirketlerinin de El Salvador'da ihracata yönelik üretim faaliyetleri bulunmaktadır. Bu üreticilere bazı örnekler olarak Calvo, McCormick, Livsmart, Bimbo ve Coca Cola belirtilebilir. Ülkedeki diğer büyük gıda işleme şirketleri arasında Diana, Harisa, Lactolac, Molinos de El Salvador (MOLSA), Sabores Cosco de Centroamerica ve Eco Foods bulunmaktadır. Atıştırmalık gıda üretimi, 2021 yılında ihraç edilen toplam gıdanın yüzde 28'ini oluşturduğu için gıda sanayinin büyük bir bölümünü oluşturur Diana bu sektörde lider konumunda olup yalnızca iç pazara ürün sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda Orta Amerika ve ABD'ye de ihracat yapmaktadır.

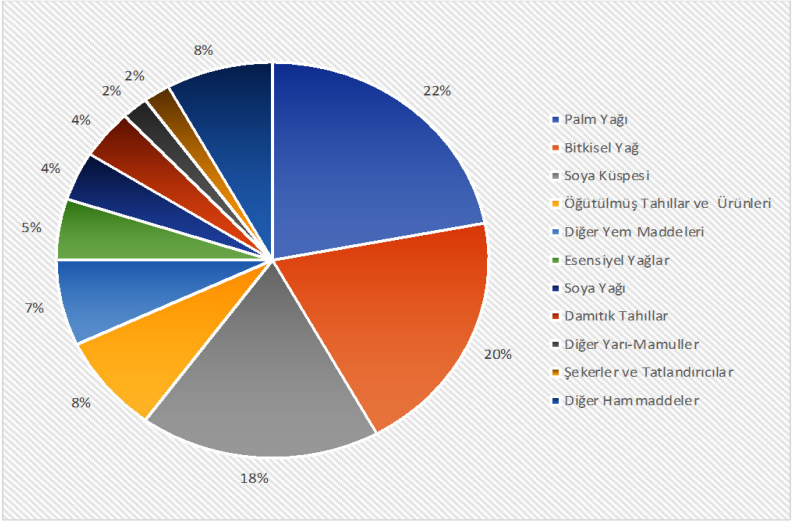
Tüketime hazır veya pişirmeye hazır yemeklere olan talep de giderek artmaktadır. El Salvadorlu gıda üreticileri, yerel pazarda bulunmayan girdileri ithal etmektedir. Dolayıyla bu tedarik için ülkemiz ihracatçılarına fırsatlar oluşabilir. Ayrıca işlenmiş sebzelerde de %16'lık bir artış kaydedilmiştir. Bu artış tüketime hazır ve gıda hazırlama ürünlerinin artan üretim ve satış eğilimine paraleldir.

El Salvador pazarında son 10 yılda Bileşik Yıllık Büyüme Oranı (CAGR) %5 veya daha yüksek olan ürünler sırasıyla aşağıda yer almaktadır;

- Alkolsüz İçecekler: Şekersiz meyve suları veya gazlı içecekler, düşük kalorili içecekler, doğal bileşenli içecekler, rehidrasyon içecekleri,
- "Peynir altı suyu" peyniri ve lor içeren taze peynir: yağsız peynir,
- Dondurulmuş, kemiksiz et veya bitki bazlı et: hamburger için yağsız et, bitkisel et muadilleri,
- Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri: Bisküviler, düşük karbonhidratlı veya şekersiz, glutensiz ekmek, sağlıklı atıştırmalıklar, pratik fırın ürünleri,
- Taze veya soğutulmuş kemiksiz sığır eti,
- İşlenmiş peynir (rendelenmemiş veya toz haline getirilmemiş)
- Soslar için müstahzarlar ve hazır soslar: Doğal soslar, az yağlı soslar, egzotik çeşniler, soslar için uygun müstahzarlar,
- Tatlı bisküviler: Az şekerli, doğal ve sağlıklı içerikler, sürdürülebilir ambalajlı,
- Katı formdaki süt ve krema,
- Malt özü; Öğütülmüş, kabuksuz tahıl ürünleri, küspeler, nişasta veya malt ekstraktından oluşan gıda müstahzarları.

Çizelge. 2021 ve 2022 yıllarında El Salvador'a Tarmsal Ara Ürün İhraç Eden Başlıca Ülkeler(USD)

Ülke	2021	2022
Guatemala	165 766 927	213 583 642
ABD	173 473 274	202 813 116
Honduras	79 315 034	108 288 784
Meksika	30 477 191	32 637 378
Uruguay	18 298 890	23 801 809
Kosta Rika	11 127 365	18 428 178
Nikaragua	15 725 384	17 789 001
Rusya	7 269 424	17 561 508
İspanya	7 447 822	11 006 811
Brezilya	6 279 156	9 136 295
Diğerleri	51 183 717	59 890 282
Toplam	**566 364 184**	**714 936 805**



Şekil. 2022 Yılı El Salvador Gıda Sanayi İthalat Yolu İle Tedarik Edilen Girdilerin Oranları

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN EL SALVADOR'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
DEĞIRMENCILIK ÜRÜNLERI NIŞASTALAR	616.450	43.346
DIĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DIĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	206.780	
DIĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	106.102	
KAKAOLU MAMULLER ÇIKOLATA VE KAKAO İÇEREN DIĞER GIDA MÜSTAH.	936.923	137.008
PASTACILIK ÜRÜNLERI DIĞER PASTACILIK ÜRÜNLERI	950	
PASTACILIK ÜRÜNLERI EKMEK. PASTA. KEK. BISKÜVI VE DIĞER EKMEKÇI MAM.	10.301	20.603
PASTACILIK ÜRÜNLERI MAKARNA	16.259	
PASTACILIK ÜRÜNLERI TATLI BISKÜVI.GOFRETLER	261.652	16.194
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERI DIĞER ŞEKERLER	432.456	95.930
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERI KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERI	368.777	15.718
GENEL TOPLAM	**2.956.651**	**328.798**

EL SALVADOR' UN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	31,061	36,376	55,68
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	266,605	310,022	277,303
Değirmencilik	136,895	164,963	155,971
Diğer Gıda Müstahzarları	613,314	700,476	742,063
Hububat	423,845	479,828	432,962
Pastacılık Ürünleri	18,117	12,164	17,746
Şeker ve Şeker Mamulleri	101,456	113,476	125,683
Un ve Unlu Mamuller	176,693	196,047	219,475
Genel Toplam	**1.767.986**	**2.013.352**	**2.026.883**

EL SALVADOR' UN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	ABD	581,896	620,042	517,437
2	GUATEMALA	314,203	330,736	320,75
3	HONDURAS	120,143	144,454	146,162
4	MEKSİKA	123,181	140,821	142,141
5	KOSTA RİKA	110,203	117,957	137,625
6	BREZİLYA	19,722	120,397	128,899
7	KANADA	87,523	53,868	104,631
8	URUGUAY	28,922	38,588	37,619
9	NİKARAGUA	45,638	36,805	36,569
10	İSPANYA	10,539	18,756	19,361
28	**Türkiye**	**10,18**	**2,284**	**3,411**

GUATEMALA

ÜLKE RAPORU

G

GUATEMALA

1.GENEL BİLGİLER

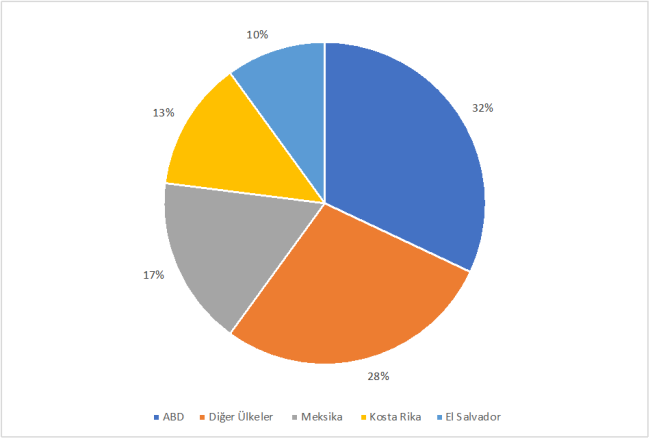
Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Guatemala Cumhuriyeti (Republica de Guatemala)
Nüfus	17,1 milyon (2021)
Dil	İspanyolca
Yüzölçümü	108.889 km2
Başkent	Guatemala Şehri
Başlıca Şehirleri	Mixco, Villa Nueva, Quezaltenango, Escuintla
Yönetim Şekli	Başkanlık Sistemine Dayalı Demokratik Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Bernardo Arévalo
Para Birimi	1 Quetzal(Q) =100 Centavos

Genel Bakış

Guatemala, 17.1 milyonluk popülasyonu ile Orta Amerika'nın en büyük nüfusuna sahip ülkesidir. Guatemala, Orta Amerika'nın tarım üssüdür. Ülkenin en büyük ticaret ortağı ABD olup, ülke toplam dış ticaretinde yaklaşık %40'lık paya sahiptir. Bu durumda iki ülke arasındaki ticaret anlaşmalarının payı büyüktür. Nedeni ise 1 Ocak 2022 yılı itibariyle, bazı tarım ürünleri (beyaz mısır, süt ve süt ürünleri gibi) dışındaki neredeyse tüm Amerikan tüketici ve endüstriyel ürünleri CAFTA-DR anlaşması kapsamında vergisiz olarak Guatemala'ya girmeleridir. Guatemala'ya ithal edilen tüketici odaklı tarım ürünlerinin ise yaklaşık %32'si ABD kaynaklıdır. Bu ülkeyi %17 ile Meksika, %13 ile Kosta Rika ve %10 ile El Salvador izlemektedir. 2021 yılında Guatemala dünya genelinden 2.3 milyar USD'lik ve Amerika Birleşik Devletleri'nden 637 milyon USD'lik ithalat yapmıştır. 2021 sonunda GSYİH 141.5 milyar USD olup, kişi başı GSYİH ise 8.400 USD'dir. Ülkenin toplam tarımsal ürün ithalat ve ihracatı ise sırasıyla 1.6 milyar-2.6 milyar USD düzeyindedir.

Ülkedeki gıda ve içecek sanayi, imalat endüstrisinin %36'sını temsil etmektedir. İthalat ile temin edilen hammadde ve ara-ürünler, ülkenin gıda sanayisine girdi sağlamak açısından önemli bir rol oynamaktadır. Guatemala gıda endüstrisi, 1,200'den fazla şirketi kapsamaktadır. Bu sektör, 2021 yılında %28 büyümüş ve GSYİH'nin %6.4'üne karşılık gelen hacme ulaşmıştır. Guatemala'daki gıda perakende sektörü ise üç süpermarket zinciri tarafından domine edilmektedir. Bu süpermarketler genellikle orta ve yüksek gelirli tüketiciler odakladır. Ancak perakende sektöründe halen birçok fırsat bulunmaktadır. Sadece gıda satışlarının %30'u süpermarketlerde gerçekleşirken, diğer tüketiciler hala açık pazarları ve göreceli küçük ve lokal satış noktalarını tercih etmeye devam etmektedir. Ülkedeki başlıca gıda perakendecileri; Walmart, Unisuper, Pricesmart, Tiendas del Barrio, Super 24, La Barata'dır.



Şekil. Guatemala'nın Başlıca Tüketici Odaklı Gıda ve İçecek Tedarikçisi Ülkeleri (2021)

Guatemala Pazarının Avantajları

- Guatemala, Atlantik ve Pasifik Okyanusları'na olan stratejik coğrafi erişime sahiptir.
- Süpermarket zincirleri her yıl ülkenin iç bölgelerinde mağaza açmaktadır. Bu mağazalar yerli ve ithal ürünleri satmaktadır.
- Guatemala, El Salvador ve Honduras, üç ülke arasında gümrük birliği anlaşması imzalamıştır.
- Büyüyen gıda endüstrisi, hazır yemek ürünleri, fırıncılık ürünleri, içecekler ve atıştırmalıklar için kaliteli gıda hammaddeleri arayışındadır.
- Guatemalalı gıda üreticileri, iç piyasa için ve dünya pazarlarına ihracat yapmak için ithal toptan ürünler, ara ürünler ve tüketici odaklı girdilere ihtiyaç duymaktadır.
- Guatemalalılar, diğer ürünlere göre ithal ürünleri daha yüksek kalitede ve güvenli olarak görmektedirler.
- Private label ürünler, özellikle ülkenin iç bölgelerine ürün dağıtan ithalat şirketleri ile perakende sektöründe pazara giriş yapabilmektedir.
- Her yıl daha fazla süpermarket zinciri, Guatemala Şehri'nin çevresinde ve ülkenin iç bölgelerinde satış noktaları açmaktadır.
- Lüks ürün tüketicileri, diğer ülkelerde popüler veya trend olarak kabul edilen organik, düşük karbonhidratlı, şeker içermeyen, yağsız vb. yeni ürünlerin arayışındadır.
- Gıda endüstrisi, süpermarketlerin genişlemesi dalgasından etkilenmiştir. Oluşan yeni talep ve satış imkânlarından yararlanmak ve yeni süpermarketlere tedarikçi olmak için ithal girdilere ihtiyaç duyulmaktadırlar.
- Guatemalalı tüketiciler daha sofistike hale geldikçe, daha yüksek katma değerli ürünler için fırsatlar artmaktadır.
- Guatemala Sağlık Bakanlığı tarafından ithal gıda ürünleri için yeni bir çevrimiçi ürün kayıt sistemi uygulamaya alınmıştır.
- Guatemala tarım ürünleri üreticisi ve ihracatçısıdır. Ancak buğday, mısır ve soya fasulyesi gibi bazı temel ürünlerde kendine yeterli değildir ve bu nedenle ithal ürünlere bağımlı olmaktadır.
- Guatemala, gıda, yem ve tarım girdileri için teknik düzenlemeler belirleyen Orta Amerika Ortak Pazarı'nın bir parçasıdır. Eğer özel bir Orta Amerika Teknik Düzenlemesi (RTCA) yoksa, Guatemalalı yasalar ve düzenlemeleri geçerli olmaktadır.

Guatemala Pazarının Dezavantajları

- Amerika Birleşik Devletleri'nden ithal edilen çoğu ürün, CAFTA-DR sayesinde vergisiz olarak girebilmektedir.
- ABD limanlarına yakınlığı sayesinde mal taşıma maliyetleri düşüktür. ABD tedarikçileri rekabetçi fiyatlarla daha küçük miktarlarda ihracat yapabilmektedir.
- CAFTA-DR kapsamında, beyaz mısır, fasulye ve süt gibi hassas tarım ürünleri için gümrük tarife kotaları bulunsa da tarım ürünlerinin %95'ten fazlası gümrüksüz olarak ticaret yapılabilmektedir.
- Ülke genelinde yollar kötü durumdadır. Bu durum taşıma maliyetlerini arttırabilmektedir.
- Farklı ülkelerle yapılan Serbest Ticaret Anlaşmaları (FTA), güçlü bir rekabet yaratmaktadır.
- Birçok Guatemalalı ithalatçı, ürünlerini konsolide etmek ve taşıma maliyetlerini azaltmak için Amerika Birleşik Devletleri tedarikçilerinin ürünlerini Miami üzerinden ihraç etmelerini tercih etmektedir.
- Teknik standartların harmonizasyonu, bazı ürünlerin pazara erişimini kısıtlayabilir.
- Soğuk zincir prosedürlerinin eksikliği ve hassas ürünler, sınırlı altyapı ve dağıtımla sonuçlanmaktadır
- Hijyen ve bitki sağlığı kuralları, tutarlı olmayan bir düzenleme yapısına sahiptir.

– Ülkede kaçakçılık büyüyen bir sorundur. Özellikle tarım ve imalat sektörlerinde, yerel iş liderleri, kaçakçılığın resmi ekonominin %30'unu olumsuz etkilediğini ve vergi tahsilatına benzer bir etkisi olduğunu tahmin etmektedir.
– Yeni Orta Amerika Teknik Düzenlemeleri, gıda ürünlerini ithal etmek isteyen ihracatçıların yerel pazara girmelerinden önce daha fazla belgeye ihtiyaç duymalarını gerektirmektedir.
– Guatemala, çeşitli ülkelerle serbest ticaret anlaşmaları imzalamıştır.
– Hükümetin zayıf sivil hizmeti, kırılgan bir düzenleyici yapı oluşturur ve yeni ithal ürünlerin kaydedilmesi gibi gecikmelere neden olabilir.
– Bölgesel rekabet güçlüdür, özellikle ABD, Meksika, Şili ve Orta Amerika'daki diğer ülkeler rekabet edilmesi gerekenlerdir.
– Beslenme, ön yüz etiketleme girişimi Guatemala'da hala gözden geçirilmektedir. Yakın bir gelecekte ithal ürünler için zorunlu hale getirilebilir.
– Birçok yerel şirket, düşük üretim maliyetlerini kullanarak pazar boşluklarını doldurmakta ve bazen ithal ürünleri değiştirmektedir.
– Guatemala, fiyat hassasiyeti olan bir pazardır ve ekonomik zorlukların yaşandığı dönemlerde markalara olan bağlılık etkilenir.
– Limanlardaki başlıca zorluk, gerçekten risk temelli bir sistem eksikliğidir. Bu da kontrol ve muayenelerin gerçekleştiği sırada yüklerde gecikmelere neden olur.

SWOT Analizi

Guatemala Pazarı Yapısı

Guatemala, Orta Amerika'da en büyük ekonomiye ve nüfusa sahip ülkedir. Başkent Guatemala City, yaklaşık 3 milyon nüfusa sahip olup, birinci sınıf oteller ve restoranlara ev sahipliği yapmaktadır. Tarım, ekonominin ana itici güçlerinden biri olup, GSYİH'nin %13.5'ini ve işgücünün %31'ini oluşturur. Guatemala ekonomisinin önemli bir bileşeni, göçmenlerden gelen işçi dövizleridir. Bu döviz ABD'de yerleşik olan bir milyondan fazla Guatemalalı göçmen tarafından sağlanmaktadır. Bu döviz girişi 2021 yılında %30 artarak 15 milyar doları aşmış ve GSYİH'nin %17.4'üne eşdeğer olmuştur. Ekonomi uluslararası ticarete, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve diğer Orta Amerika ülkelerine yapılan ihracata dayanmaktadır. Toplam ihracat 2021 yılında %21 artarak 15.9 milyar dolara ulaşmıştır ve yaklaşık olarak göçmen işçi dövizleri ile aynı düzeydedir.

Guatemala'ya ihracat yapan veya yapmayı hedefleyen kuruluşlar, bu pazar koşullarının gelir dağılımından güçlü bir şekilde etkilediğini ve ülke içinde yaşayan Guatemalalılar arasında tüketici tercihleri ve satın alma kararları konusunda büyük farklılıklar olduğunu bilmelidir. İthal gıda ürünlerine genel olarak yüksek ve orta gelirli tüketiciler ulaşmaktadır. Ancak tahıllar, kanatlı ürünleri (tavuk but döşeme), bitkisel yağlar ve konserve ürünler gibi bazı ithal gıdalar, yerel ürünler ile rekabet edecek fiyatlarla ve tüm tüketici gruplarının erişebilecekleri nitelikte Guatemala pazarında yer almaktadır.

2021 yılında, Guatemala Gıda ve İçecek Birliği (CGAB), Guatemala'nın dünya geneline işlenmiş gıda ve içecek ihracatının 2020 yılına göre %28 artarak toplamda 1.1 milyar USD seviyesinde olduğunu bildirmiş, bu sektörün ülkenin başlıca ihracat sektörü haline geldiğini ve tekstil ve giyim sektörünü %26'lık büyüme ile takip ettiğini vurgulamıştır. Ülke gıda ihracatının başlıca hedefleri Orta Amerika (%43), Meksika (%10) ve Amerika Birleşik Devletleri (%8)'dir. Palm yağı, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri, hazır soslar ve alkolsüz içecekler işlenmiş gıda ürünleri Guatemala'nın en büyük ihracat kalemleri arasındadır. Guatemala'daki gıda ve içecek endüstrisi ikinci büyük ihracat sektörüdür ve ülkenin toplam GSYİH'sinin %6.4'ünü temsil etmektedir. Guatemalalı şirketlerin hem yerel tüketim hem de ihracat için kullanmak üzere hammaddeler ve malzemeleri yurtdışından temin etmek zorunda oldukları için büyük ithalatçılardır. Örneğin 2021 yılında ülkenin en büyük ticaret ortağı olarak Guatemala'ya yapılan başlıca ABD ihracatları, 545.9 milyon USD'lik dökme ürünler (buğday, mısır ve pirinç), 470.2 milyon USD'lik ara ürünler (soya unu, soya yağı, bitkisel yağlar, tatlandırıcılar ve içecek bazları) ve 636.9 milyon dolarlık tüketici odaklı ürünleri içermektedir. Guatemala'ya yapılan başlıca işlenmiş ürün ihracatları arasında mısır bazlı gıda ürünleri, atıştırmalıklar, alkollü içecekler, konserve gıdalar, kurutulmuş ürünler (hazır çorbalıklar gibi) ve içecekler için kullanılan meyveler bulunmaktadır. Yem üreticileri de ihtiyaç duyusal tahıllarını büyük miktarlarda ithalat yoluyla temin etmektedirler. Ülkedeki başlıca gıda üreticileri; Alimentos S.A./Alimentos Maravilla (tahıllar, kızarmış fasulye, atıştırmalıklar, alkolsüz içecekler; soya bazlı gıdalar; tohumlar); Bimbo (fırıncılık ürünleri); Cargill/Perry (tavuk, işlenmiş etler; evcil hayvan yemleri); CMI Corporation (bisküvi, kraker, tahıllar, makarna, evcil hayvan yemleri, işlenmiş etler); Fresh Del Monte (konserve meyve ve sebzeler, kızarmış fasulye, ketçaplar ve domates salçası; kurutulmuş meyveler; meyve nektarları ve suları); Nestlé/Malher (çorbalar; süt ürünleri; tavuk ve sığır kurutulmuş çorbalar, şekerlemeler); Pepsico/Frito Lay (atıştırmalıklar, içecekler).

Guatemala'daki ana tüketici trendleri, yemişler veya kurutulmuş meyveler içeren veya daha az yağ, şeker ve katkı maddesi içeren sağlıklı ürünler; pane, önceden pişirilmiş veya tatlandırılmış hazır etlerdir. Private label ürünler, genel olarak daha uygun fiyatlı ürünler olarak algılanırlar ve bunda dolayı ilgi görmektedirler.

Guatemala'daki en büyük iki süpermarket zinciri, Walmart Mexico ve Orta Amerika ile Unisuper (La Torre/Econosuper)'dir. Bu iki organizasyonun ülke perakendeciliğindeki payları sırasıyla %49 ve %21.5'dir. Ülkede halen toplam gıda satışlarının sadece %30'u süpermarketler tarafından gerçekleştirildiğinden perakende sektöründe birçok fırsat bulunmaktadır. Bu fırsat, çoğunlukla ülkenin kırsal bölgelerine yoğunlaşan gayri resmi perakendeciler ile ilişkilidir. Bu satış noktaları genellikle düşük gelirli ve orta gelirli tüketicileri yöneliktir. Üst tüketici segmentleri daha yüksek kullanılabilir gelirlere sahip oldukları ve modern kanal perakendecilerinin sunduğu hizmeti değerli buldukları için süpermarketlerden haftalık olarak alışveriş yaparlar.

Guatemala'da, özellikle şehrin farklı bölgelerinde apartman binaları inşa edilmeye devam etmektedir. Bu yeni yaşam konsepti, alışveriş yapmak için daha büyük süpermarketlerde genellikle satın alacaklarından daha küçük miktarlarda ürün satın almaya kolay erişim sağlayan bakkalları arayan tüketici gruplarının ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Orta ve düşük gelirli tüketiciler, genellikle mahallelerine yakın açık hava pazarlarında veya bakkallarda alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Müşteriler, bu mağazalarda buzdolabına sahip olmayanlar için daha uygun olan, daha küçük boyutlarda satılan ürünleri bulabildikleri, daha düşük fiyatla satın alma imkânları nedeniyle bu mağazaları tercih etmektedirler.

Çevrimiçi alışveriş, pandemi nedeniyle uygulanan bir satın alma yöntemi olarak Guatemala perakendeciliğine dahil olmuştur. Günümüzde büyük süpermarketlerde daha yaygın bir satın alma yöntemi haline gelmiştir. İndirim süpermarketleri 2022 yılında e-ticaret uygulamaları oluşturmaya başlamıştır. Guatemala gıda perakende sektörü ile ilgili diğer bazı dikkat çekici hususlar aşağıda yer almaktadır;

- Gıda perakendeciliğinde en büyük genişleme, Walmart, Super 24 ve Super Del Barrio grubundaki marketlerde görülmüştür.
- Genellikle ithal ürünler, yerel bir ithalatçı, temsilci veya distribütör aracılığıyla ülkeye getirilmektedir.
- Guatemala'daki üç büyük süpermarket zinciri (Walmart, Unisuper ve Pricesmart), Orta Amerika'daki mağazalarına ürün ithal/distribütörlerini içeren bir bölge ofisine sahiptir.
- Brokerlarla çalışırken, ithalatçılar taşıma maliyetlerini azaltabilmek için genellikle Miami'de yerleşik olanları tercih etmektedir.
- Walmart ve Unisuper, yerel çiftçilere yüksek kaliteli, rekabetçi fiyatlı ürünler üretmelerine yardımcı olmak için fon, teknik destek ve pazar bilgisi sunarak işbirliği yapmakta, bu ürünleri kendi mağazalarında satmaktadırlar.
- İnternet perakendeciliği, Guatemala'da COVID-19 nedeniyle hayata geçirilen yeni bir alışveriş yöntemidir. Bu hizmet genellikle Guatemala City'deki büyük süpermarket zincirleri tarafından sunulmaktadır.

Başkent Guatemala City, yaklaşık 3 milyon nüfusa sahip olup, yukarıda da belirtildiği gibi birinci sınıf oteller ve restoranlara ev sahipliği yapmaktadır. Guatemala, genç bir nüfusa sahip olduğu ve ithal gıda ürünlerine oldukça aşina olduğu için gıda hizmetleri endüstrisi için büyük fırsatlar içermektedir. Gıda ve içecek endüstrisi, sağlık bilincine sahip tüketiciler tarafından aranan yeni ürünler için de umut vadeci fırsatlar sunmaktadır. Bu durum fonksiyonel gıda kategorisi için de geçerlidir. Guatemala pazarı, tüketicilerin dünya genelinde popüler olan gıda trendlerinin takip edildiği bir pazardır. Guatemala City'deki çoğu otel, kamuya açık en az bir restorana sahiptir. Diğerleri restoranlarına ek olarak bir bistro veya kafe bulundurmaktadır. Uluslararası otel zincirlerinin birçoğu konaklama ücretlerine kahvaltıyı dahil eder ve bu nedenle seyahat edenler bu öğünü otelde tüketir, genellikle öğle ve akşam yemeklerini yakındaki restoranlarda yemektedirler. Guatemala'daki otel ve restoranlar, ürünlerini toptancılardan, perakendecilerden ve açık pazarlardan satın alırken, ithal gıda ürünlerini ise ithalatçılardan, süpermarketlerden veya daha büyük miktarlar sunabilen toptan satış mağazalarından satın almaktadırlar. Gıda franchise'ları ve lüks restoranlar, uluslararası kalite standartlarına ve franchise anlaşmalarına uyum sağlamak için büyük ölçüde malzeme ithal etmektedir. Bu restoranlar, malzeme alım kararlarını genellikle doğrudan veya bir distribütör aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

Gıda Perakendeciliği

2022 yılında, dünya genelindeki ekonomik krizler sonucu ham madde maliyetlerinin yüksek olması, artan nakliye maliyetleri, işçilik ücretleri ve bunlar yanı sıra enerji fiyatlarının yükselmesi gibi nedenlerle tüketici ürünlerinin fiyatlarının yükselmesinin de etkisiyle Guatemala'daki süpermarket ciroları büyüme göstermiştir. 2026 yılında 35 milyar USD'yi bulması beklenmektedir. Guatemala'da alışveriş alışkanlıkları sadece pandemi etkisiyle değil, aynı zamanda gıda sektörünü başlıca etkileyen enflasyon nedeniyle de değişmiştir. Bu nedenle tasarruf, daha küçük bir alım hacmi ve daha küçük sunumların seçimi, tüketicinin satın alma gücünü optimum olarak kullanmak için başvurduğu bazı seçeneklerdir. Guatemala'da perakendeciliği etkileyen dört trend bulunmaktadır; (i) tasarruf, (ii) dağıtım kanallarının değişimi, (iii) sağlıklı gıdalara odaklanma, (iv) tüketimi spesifikleştirme motivasyonudur. Tüketici karar verme mekanizmasında özellikle tasarruf kaygısının hakim olması öne çıkmaktadır. Bu eğilimin ve ilişkili öngörünün en büyük nedenleri arasında çoğu tüketicinin alışverişlerinde daha az ödeme yapmak istemesi, indirim arayışında olmaları ve uygun kategorilerde daha ucuz ürünler bulmaları halinde, normal koşullarda tercih ettikleri markaları kolayca değiştirebilmeleridir. Daha fazla tüketim yapacak müşteriler, kalite standardını korumak için genellikle alışılmış markalardan promosyon arayışında olurlar ve/veya daha az tüketilecek daha ucuz ürünleri tercih ederler. Bununla birlikte, ilgili tüketici davranışı ürün kategorisine göre değişebilir. Çünkü çoğu Guatemalalı, taze ürünlerde satın alma tercihlerini değiştirmeye daha direnç göstermekteyken, daha ucuz markalar mevcutsa paketlenmiş ürünleri satın alırken daha esnek hareket etmektedirler. En büyük perakende zincirleri olan Wal-Mart Mexico ve Orta Amerika, ile Unisuper (La Torre/Econosuper) orta ve yüksek gelirli tüketicileri hedeflemekle birlikte, bazı düşük ve orta düşük gelirli tüketiciler tarafından da tercih edilebilmektedirler.

2021 ve 2022 yıllarında Guatemala'da e-ticaret istikrarlı bir şekilde büyümüş, ancak sınırlı pazar penetrasyonu gerçekleşmiştir. E-ticaret satış trendi çoğunlukla şehir bölgelerindeki daha zengin haneler arasında yoğunlaşmıştır, ancak düşük gelirli tüketicilerin kırsal bölgelerde hala online alışverişe sınırlı erişimi vardır. Bu tüketiciler yakınlık ve fiyat avantajı nedeniyle daha küçük mahalle marketlerini tercih etmektedirler. En büyük süpermarketlerin yanı sıra çevrimiçi teslimat hizmeti sunan üç şirket bulunmaktadır:

1. Hugo App
2. PediSuper.com
3. Pedidos Ya

Hipermarketler ve süpermarketler Guatemala taşra bölgelerinde yeni satış noktaları açmaya devam etmektedir. Walmart Mexico ve Orta Amerika, Guatemala'nın lider ve en büyük süpermarket zinciridir. Şirketin 263 mağazası bulunmaktadır; Supertiendas Paiz (27), Walmart (10), Despensa Familiar (181) ve Maxi Despensa (45). Walmart tahıllar, işlenmiş gıdalar ve içecekler dahil olmak üzere gıda ürünlerinin yaklaşık %85'ini doğrudan ithal etmektedir. Walmart Guatemala ve Walmart Costa Rica, Orta Amerika'daki diğer mağazalar için çoğu satın alma kararını verir ve yüksek kaliteli ithalat ürünlerini tedarik etmek için ürün yelpazesini genişletmeyi düşünmektedirler. Şirket ayrıca Great Value adlı private label ürünlerini de piyasaya sunmaktadır. Bu marka ülkede ithal ürünlerle rekabet eden ve yüksek kaliteli ve uygun fiyatlı olarak kabul edilen bir markadır. Unisuper ise Guatemala'nın ikinci en büyük süpermarketi

ve en büyük yerel süpermarket zinciridir. Unisuper, La Torre (102); Torre Express (65) ve Econosuper (7) adları altında 174 mağazaya sahiptir. La Torre yerel ve ithal ürünleri satmaktadır ve müşterileri orta yüksek ve yüksek gelirli tüketicilerdir. La Torre Express mağazaları daha küçüktür ve genellikle Guatemala City'nde bulunur. Unisuper, yeni konsepti olan "express" kolaylık mağazası konseptini 2017 yılının sonlarında tanıtmıştır. Grubun stratejisi, yaklaşık 70 metrekarelik küçük kolaylık mağazalarını Guatemala Şehri'nde açmak ve gelecek yıllarda ülkenin diğer büyük şehirlerinde genişlemektir. Bu mağazalar küçük bir ürün envanteri taşır ve doğrudan köşe dükkânlarıyla rekabet edebilmektedir. Bir diğer büyük perakendeci grubu 2015 yılında kurulmuş olup, 2022 itibari ile üç farklı konsept altında 154 mağazaya sahip Super Del Barrio, gıda ürünlerinde günlük indirimler sunar ve daha büyük mağazalarla rekabet eder, yakındaki yerleşim bölgelerinde yaşayan müşterileri çeker ve düşük gelirli tüketicilere yöneliktir. Şirketin kurumsal ofisinin adı Grupo de Tiendas Asociadas (GTA) olarak bilinir. Ayrıca, şirket Summa mağazalarına sahiptir, bu da hipermarket mağazalarına benzeyen daha büyük mağazalardır. Diğer bir kategori olan Super Fresh mağazaları ise orta ve yüksek gelirli tüketicilere hitap eder. İthal ve yerel ürünler satar. Super Fresh ayrıca ev teslimat hizmeti sunar. Pricesmart, San Diego, Kaliforniya merkezli bir Amerikan toptan satış perakendeciliği şirketi olup, Latin Amerika ve Karayipler'de üyelik kulüp mağazaları işletmektedir. Şirket, gıda ve tüketici ürünleri satmaktadır ve üyeler mağazalarında alışveriş yapmak için 20 ile 35 dolar arasında ödeme yapmaktadırlar. Bu organizasyonun Guatemala City, Mixco ve Fraijanes'te dört mağazası bulunmaktadır. Şu anda Guatemala'da tek üyelik sistemli perakendecisidir.

Guatemala'da gıda ürünlerinin yaklaşık %70'i geleneksel pazarlarda veya açık pazarlarda satılmaktadır. Bu pazarlar "mercados" olarak da bilinir ve yerel çiftçiler taze yerel ürünler satmaktadır. Buradaki ürünlerin yaklaşık %90'ı yerel olarak üretilmektedir. Ayrıca, üzüm, elma, armut, nektarin ve mandalina gibi ithal meyveler, yıl boyunca bu pazarlarda ve özellikle Noel sezonunda daha büyük miktarlarda satılmaktadır. İki en önemli açık hava pazarı Cenma ve La Terminal'dir. Her iki yer de ülkenin iç bölgelerinden Guatemala City'e seyahat eden üreticilerden gelen taze ürünler sunulmaktadır. Açık hava pazarlarının içinde, dökme tahıllardan hazır çorbaya kadar market ürünleri satan 3x3 metrelik tezgahlar da bulunmaktadır. Market ürünleri daha küçük sunumlarda (130 g) satılır ve bu ürünlerin yaklaşık %95'i yerel olarak üretilir. Bu pazarlarda çok az sayıda ithal market ürünü, atıştırmalıklar, hazır çorbalar, şekerlemeler ve çikolatalar da satılır. Diğer geleneksel pazar türü ise "tiendas de barrio" olarak da adlandırılan köşe dükkanlarıdır. Bu, genellikle 30 metrekarelik ortalama bir alanı olan ve yaklaşık olarak ayda 500 dolarlık bir envanter taşıyan gayri resmi perakendecilere gelir sağlayan önemli bir kanaldır. Müşteriler genellikle 10 dakikadan daha kısa mesafede yaşayan kişilerden oluşmaktadır. Çoğu insan bu dükkânlardan her gün alışveriş yapmaktadır.

Pazara Giriş Stratejileri

Guatemala pazarına ihraç edilen bir ürünü başarılı bir şekilde tanıtmak, yerel temsilcilik ve kişisel iletişime bağlıdır. Distribütörler, piyasaya girmenin en kolay ve en hızlı yoludur. Özellikle süpermarketlere tedarikçi olan distribütörler, önemli avantajlar sağlamaktadır. Yerel temsilci veya distribütör, satış temasları sağlayabilmeli ve aynı zamanda pazar bilgisi ve iş uygulamaları ile ticaretle ilgili yasalara ilişkin rehberlik sağlamalıdır. Guatemala'da genellikle yerel temsilci veya distribütör aynı zamanda ithalatçıdır.

Guatemala Hükümeti, yabancı yatırımları memnuniyetle karşılamakta ve genellikle yabancı yatırımcılara yönelik çok az yasal veya düzenleyici kısıtlama getirmektedir. Guatemala, büyüyen bir Pazar olması yanı sıra ekonomik istikrar, Atlantik ve Pasifik Okyanusları'nda limanlara sahip stratejik bir konum ve Kuzey Amerika'ya yakınlığına sahiptir. Guatemala'da yapılan işlerin çoğu şu temellere dayanır:

– İş yaparken Guatemalalılar tarafından tercih edilen kişisel ilişkiler: İş yöneticileri ve devlet yetkilileri, tedarikçilerle kişisel iletişime büyük önem vermektedir. Bu ülkede iş yapan yabancılar genellikle önemli karar vericilere erişimin kolaylığına ve yerel alıcıların açıklık ve samimiyetine şaşırırlar. Pandemi nedeniyle iş yöneticileri ve devlet yetkilileri, gerektiğinde sanal toplantılar, etkinlikler ve eğitimlere açıktırlar.
– Satış, hizmet ve destek, Guatemalalı alıcılar için önemlidir. Ülkemiz ihracatçıları pek çok rakibine göre daha iyi hizmet ve destek sağlamak açısından avantajlara sahiptir. Guatemala pazarına girmek isteyen ülkemiz ihracatçıları, alıcılarına, acentelere ve distribütörlere müşteri hizmetleri konusunda taahhütlerde bulunmalıdır.
– Guatemalalı ithalatçılar genellikle ürün numuneleri talep eder. Potansiyel alıcılar, ülkemiz ihracatçılarından yeni ürünleri pazarlama çabalarına destek sağlamalarını isteyebilir ve ürün siparişi verirken belirli promosyon faaliyetleri amaçlı ürün talepleri olabilir. Bu gereksinimlere uyum, başarılı iş ilişkilerine yol açacaktır.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Guatemala'da gıda ürünleri ithal etmek için ilk adım ürünün kaydını yaptırmaktır. Guatemala'da faaliyet gösteren her üretici, işleyici, paketleyici veya distribütör, Sağlık Bakanlığı Gıda Kontrol Ofisi tarafından verilen bir sağlık lisansı altında faaliyet göstermelidir. İthalatçıların ve ithal edilen ürünlerin her ikisinin de kaydı yapılmalıdır. Guatemala'da tüm paketlenmiş gıda ürünleri için ürün kaydı gerekmektedir.

İspanyolca dil etiketlemesi, Sağlık Bakanlığı Gıda Kontrol Ofisi tarafından gereklilik olarak belirtilmektedir. Bu organizasyon işlenmiş ürünlerin tüm kayıtlarından sorumlu olan hükümet ajansıdır. İspanyolca dilindeki düzenlemeler ve kayıt prosedürleri ve gereksinimleri ilgili kuruluşun çevrimiçi sitesinde yer almaktadır.

Dominik Cumhuriyeti-Orta Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (CAFTA-DR), Guatemala'da 1 Temmuz 2006 yılında yürürlüğe girmiştir. CAFTA-DR, son on yıl içinde Guatemala ile ABD arasındaki ikili ticareti artırmıştır. Bu nedenle ABD ve Orta Amerika ülkeleri, Guatemala'nın başlıca ticaret ortaklarıdır. CAFTA-DR'nin yanı sıra, Guatemala'nın Orta Amerika (Panama dahil), Kolombiya, Meksika, Dominik Cumhuriyeti, Tayvan, Şili ve Avrupa Birliği (AB) ile serbest ticaret anlaşmaları (STA'lar) bulunmaktadır. Guatemala ve Honduras arasındaki gümrük birliği Haziran 2017 yılında başlamış olup, 7 Aralık 2018 yılı itibariyle El Salvador gümrük birliğinin bir parçasıdır. El Poy, üç ülkenin entegre sınırıdır ve yetkililer bu gümrük birliğinin Orta Amerika'nın kuzey üçgenini Latin Amerika'nın sekizinci en güçlü ekonomisine dönüştüreceğine inanmaktadır. Bu birlikle, ithalat tarifelerinin çoğu sınır ticaretini kolaylaştırmaktadır.

Pazar ve Tüketici Trendleri

Guatemalalılar, müzik, spor, moda ve fast food gibi birçok konuda Kuzey Amerika kültürünü benimsemiştir. Yerel gıda tercihleri değişmekte ve artık daha yüksek değerli gıdalar tercih edilmektedir. İthal edilen soğutulmuş ve dondurulmuş hazır yemek ürünleri, büyük süpermarketlerde raflarını artırarak yaygınlaşmaktadır. Bu ithal ürünler, taco, tortilla, burrito, dana ve tavuk köftesi, tavuk nugget ve mısır bazlı tamales gibi yerel işlenmiş ürünlerle entegredir. Kolay hazırlanmaları ve uygun fiyatlı olmaları ter-

cih nedenleri arasındadır. Guatemalalılar ayrıca sağlıklı gıda ve beslenme trendini takip etmekte ve daha az şeker, doymuş yağ ve kolesterol içeren gıdalar talep etmektedir. Bu trend aynı zamanda özellikle ihtisas ve/veya özel marketlerde satılan organik ürünleri de kapsar. Organik ürünlerin yaklaşık %90'ı ithal edilmektedir. Bu ürünler arasında işlenmiş meyve ve sebzeler, sular, enerji içecekleri, yemek yağları, süt ürünleri, kuruyemişler, atıştırmalıklar, kahvaltılık tahıllar, baharatlar ve soslar, şekerleme ürünleri ve kanatlı ürünleri bulunmaktadır. Guatemalalı tüketicilerin çoğu fiyat konusunda hassastır. Ancak organik ürünlere odaklanan tüketiciler istisna tutulabilir. Çünkü bu tüketici grubu alım kararlarında fiyatı sorun olarak görmemektedirler. Yiyecek kamyonları 2016 yılında yaklaşık on beş şirketin 1-3 arasındaki sayıda kamyon sahibi olduğu bir şekilde başlamıştır. Bu şirketler, gurme tarzı kahve ve çaylar, sandviçler, taco, sosisli sandviçler, pizza, hamburgerler ve uluslararası mutfaklar (Çin, Meksika, Fransız, İtalyan, Japon ve Akdeniz mutfağı) gibi çeşitli gıda ve içecekleri sunarlar. COVID kısıtlamaları nedeniyle bazı işletmeler faaliyetlerini askıya almış ve bazıları kapanmak zorunda kalmıştır. Ancak Ocak 2022 yılı itibarıyla çoğu işletme normale dönmüş ve yeni yemek kamyonu seçenekleri eklenmeye başlanmıştır.

İthal edilen gıda ürünleri genellikle süpermarket raflarına ulaştığında prim fiyat kategorisine girer, bu nedenle ihracatçıların göz önünde bulundurması gereken genel özellikler tanınmış markalar, yüksek kaliteli özellikler, bir yıllık veya daha uzun raf ömrü, çekici ambalaj ve statü ve yenilik düzeyi sağlayan ürünlerdir. Bu özellikleri bir araya getiren ürünler pazarda daha başarılı bir şekilde yer alabilmektedir. Tahıllar, yağlar, meyve ve sebzeler ürünler, tüketiciler, oteller, restoranlar ve gıda işleme endüstrisi tarafından büyük talep görmektedir. Beyaz mısır, Guatemala'da ana gıda maddesidir ve bu nedenle CAFTA-DR kapsamında en fazla korunan ürünlerden biridir. Guatemala pazarında önemli miktarlarda bulunmayan ancak iyi satış potansiyeline sahip bazı ürünler aşağıda yer almaktadır;

- Çikolata ve şekerleme
- Reçel
- Kahvaltılık tahıllar

Guatemala, buğday ve ürünleri için de Orta Amerika'daki en büyük pazardır ve bölgede buğday üretimi yapılan tek ülkedir. Ülke üretimi tahmini 8.000 MT'dur. Ancak yerel üretim ithal edilen buğdayla rekabet etmemektedir. Guatemala'da en büyük buğday değirmenleri Molinos Modernos ve Grupo Centia'dır. Guatemala'da kişi başına yıllık tahmini 40 kg buğday ürünü tüketimi olmaktadır. Orta Amerika'da öğütme, fırıncılık, kurabiye, bisküvi ve makarna sektörleri Grupo Bimbo, Nestle, Mondelez, Molinos Modernos (Cuetara'ya sahiptir), MOLSA, Noel (Pozuelo'ya sahiptir), La Moderna, ADM, Cargill ve Colombina gibi çok uluslu şirketler tarafından yönetilmektedir. Ekmek, Guatemalalıların temel gıda sepetine dahil olan ana ürünlerden biridir ve tüketiciler günlük yemekleri tamamlayan ürünler olarak bilinen el yapımı ekmekler olan "pan frances" (Fransız ekmek) ve "pan dulce" (tatlı ekmek) tüketirler. Ekmek çoğunlukla mahallelerin yakınında bulunan küçük, aile işletmeleri olan tipik fırınlardan satılmaktadır. Diğer gıda hizmet sektöründe faal bazı kuruluşlar da hem gurme fırınlar hem de restoranları bir araya getiren daha büyük mağazalar açmıştır. Çok uluslu şirketler, tüm marketlere satış yapma konusunda güçlü bir dağıtım kanalına sahiptir. Ancak aynı zamanda küçük köşe marketlerine de satış yapmaktadırlar. Pandemi sırasında son iki yıl boyunca tüketiciler daha sağlıklı fırın ürünleri talep etmiş ve bu da fırınları zenginleştirilmiş ve çeşitli çeşniler içeren diğer fırın ürünlerini tanıtarak üretim hatlarını

genişletme fırsatları yaratmıştır. Daha büyük fırınlar ve pasta işletmeleri, teslimat hizmeti platformlarında yer alır. Guatemala, fırıncılık ürünlerini hem ithal, hem de ihraç etmektedir. 2021 yılında Guatemala dünya genelinden toplam 247 milyon USD ithalat yaparken, 210 milyon USD'lik de ihracat gerçekleştirmiş olup bu alanda ana ihracat pazarı Orta Amerika ülkeleri ve ABD'dir.

Guatemala Pazarında Rekabet

Guatemala pazarında ülkemiz ihracatçıları için önemli bir rakip ABD'dir. Bu ülkenin Amerika ile tarım alanında güçlü bir ikili ticaret ilişkisi bulunmaktadır. 2021 yılında Guatemala, dünya genelinden toplam 4.4 milyar USD'lik tarımsal ürün ithalatı yapmıştır. Bu ithalatın %41'i, yani 1.8 milyar doları ABD'dendir. CAFTA-DR uygulanmaya başladığı 2006 yılından bu yana %192'lik bir artış gerçekleşmiştir. Guatemala, diğer ülkelerle de dahil olmak üzere çeşitli serbest ticaret anlaşmalarına sahiptir. Ayrıca, Guatemala toplam bölgesel ihracatının %37.5'ini diğer Orta Amerika ülkelerine yapmaktadır. Üç ülke arasındaki Gümrük Birliği nedeniyle Honduras ve El Salvador ile gümrük engellerinin kaldırılması, Guatemala'nın bu ülkelere olan ihracatının sürekli artmasına katkıda bulunmaktadır. Guatemala'nın tüketici ürünleri ithalatında ABD'yi takip edene ülkeler sırasıyla %17 ile Meksika, %13 ile Kosta Rika ve %10 ile El Salvador'dur.

Guatemala, küresel olarak net bir ithalatçıdır. Orta Amerika ülkeleri ve Meksika, Guatemala pazarında gıda ithalatı konusunda ABD ile rekabet halindedir. Guatemala ve Orta Amerika ülkeleri arasındaki serbest ticaret anlaşması ve Guatemala ile Meksika arasındaki anlaşma, bu ülkelerin Guatemala pazarına daha fazla ürün sunma fırsatları sunmasını sağlamaktadır. Meksika, gıda müstahzarları, tahıllar, bira, köpek ve kedi maması gibi ürünlerle pazarda güçlü bir varlığa sahiptir.

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN GUATEMALA' YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	2.351.725	316.993
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR. ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	15.297	5.375
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	69.498	53.521
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER	1.468.540	298.472
GIDA MÜSTAH.		
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	204.939	108.481
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	460.685	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	117.222	48.905
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	1.206.808	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	3.414.272	675.215
Genel Toplam	**9.308.984**	**1.506.961**

GUATEMALA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	18,96	38,218
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	449,175	418,794
Değirmencilik	281,548	342,185
Diğer Gıda Müstahzarları	1,073,154	1,277,044
Hububat	677,91	981,633
Pastacılık Ürünleri	15,708	22,882
Şeker ve Şeker Mamulleri	212,491	254,983
Un ve Unlu Mamuller	335,278	425,048
Genel Toplam	**3.064.224**	**3.760.787**

GUATEMALA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	1,135,345	1,380,005
2	MEKSİKA	346,559	419,356
3	KOSTA RİKA	239,023	285,455
4	BREZİLYA	86,204	239,674
5	EL SALVADOR	202,399	185,233
6	HONDURAS	108,312	144,857
7	ARJANTİN	90,242	98,378
8	KANADA	113,178	69,526
9	ÇİN	29,539	53,655
10	HOLLANDA	41,542	45,952
22	**Türkiye**	**6,409**	**9,815**

HONDURAS

ÜLKE RAPORU

H

HONDURAS

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Honduras Cumhuriyeti
Nüfus	10.5 milyon (2019)
Dil	İspanyolca
Yüzölçümü	112.490 km^2
Başkent	Tegucigalpa
Başlıca Şehirleri	Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, Choloma, Comayagua, Santa Rosa de Copan
Yönetim Şekli	Anayasal Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Xiomara Castro
Para Birimi	Honduras Lempirası (HNL)

Genel Bakış

Honduras'ın nüfusu 10.5 milyon olup, bu nüfusun %56,3'ü kentsel alanlarda yaşamaktadır. Ülkenin yıllık artışı %1.6'dır. Ortalama yaşam süresi ise 71 yıldır. Tarım sektörü 2021 yılında %23 ile tüm sektörler arasında en büyük istihdam sağlayan sektör olmuştur. 2020 yılı sonlarında tropik fırtınaların tarımsal faaliyetler üzerinde neden olduğu olumsuz etkilerde henüz telafi edilememiştir. Balıkçılık faaliyetleri, kahve ekimi gibi karides yetiştiriciliği de ülkede artış göstermektedir. Yıllık bazda Honduras ekonomisinin 2021 yılındaki büyümesi oteller ve restoranlar (%45,8), imalat sanayi faaliyetleri (%29,6) ve ticaret (%17,5) sektörlerinde yoğunlaşmıştır. Ayrıca ekonomik aktivitedeki toparlanmaya paralel olarak vergi tahsilatında da artış olduğu bildirilmektedir. 2022 yılı için GSYİH 32.3 milyar USD olup, bu rakamın yıllık değişimi %3.5'dir. Kişi başına düşen GSYİH 2021 yılında 2.480 USD olurken, 2021 yılı enflasyonu 2020 yılına göre %1.3 artışla %5,3 olmuştur. 2022 yılının %6.2 enflasyonla kapanması öngörülmüş, ancak bu değer %8.5 olarak gerçekleşmiştir.

ABD, hem toplam ticaret hem de tarım ürünleri açısından Honduras'ın ana ticaret ortağıdır. 2021 yılında ABD, Honduras'ın tüm tarımsal ürün ithalatında %45'lik paya sahip olmuştur. Aynı zamanda Honduras'ın 2021 yılında ABD'ye yaptığı ihracatın da %33'ü tarım ürünleridir. COVID-19 salgını sınırlamaları ABD'den yapılan ithalatı önemli ölçüde azaltmamış olup, 2021 yılı itibari ile büyüme gözlenmiştir.

Honduras'ın Orta Amerika Ortak Pazarı (CACM) dışındaki çoğu mala yönelik güncel tarifeleri şu anda %0.0-15.0 aralığındadır. Dominik Cumhuriyeti-Orta Amerika-Serbest Ticaret Anlaşması (CAFTA-DR) kapsamında, ABD endüstriyel ve ticari mallarının %95'inden fazlası bölgeye gümrüksüz olarak girebilmekte, geri kalan tarifeler ise 2020 yılından 2025 yılına kadar aşamalı süreçte kaldırılmaktadır. CAFTA-DR kapsamında Honduras, ABD denetim hizmetlerini eşdeğer olarak kabul etmektedir. Bu eşdeğerlik, ABD'li üreticilerin Honduras pazarına ihracat yapmak için Honduras'tan sertifika alması gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Bu durum, Amerika Birleşik Devletleri, Honduras'ın toplam ticarette ve tarım ürünlerinde ana ticaret ortağı olmasının nedenleri arasındadır. ABD tarım ihracatı, 2006 yılında CAFTA-DR uygulanmasıyla artmıştır. Bu ülkenin tarım ürünlerinin çoğu, Honduras'a gümrüksüz erişime sahiptir.

Ülkede 2022 yılı Aralık ayında enflasyon üst bandı aşarak yıl genelinde %9.1'e yaklaşmıştır. Bu durum arz yönlü sorunların yanı sıra güçlü göçmen işçi dövizleri ve artan hükümet harcamalarından kaynaklanan bazı talep baskılarına işaret etmektedir. Ancak Honduras endüstrisi 2022 yılını %4,0 ekonomik büyümeyle kapatmıştır. Cari açığın 2023 yılında artması beklenmektedir. Özellikle, bölgesel ekonomik durgunluk kaynaklı mal ihracatını azaltması ile ticaret açığını derinleştirmesi öngörülmektedir. Göçmen işçi döviz hareketliliği bu nedenle önem taşımaktadır. Çünkü bu dövizin %90'ının tüketim için kullanıldığı ve bunun ulusal düzeyde işsizliği azalttığı tahmin edilmektedir.

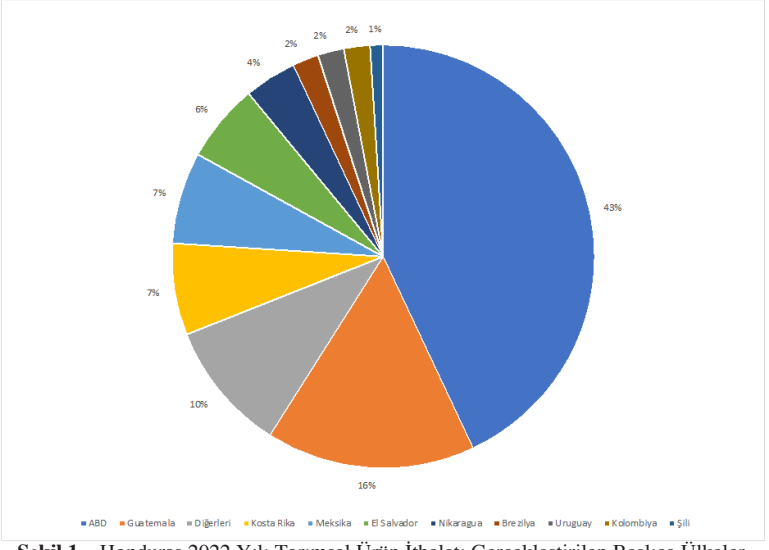
Göçmen işçi dövizleri, gıda, ticaret, ulaşım ve konut gibi sektörleri canlandıran 250 milyar Honduras Lempira'sına dönüşmektedir.

Honduras'ın dünyadan tüketici odaklı ithalatı ise 2022 mali yılında 1,7 milyar doları aşmış olup, ana ticari ortakları Amerika Birleşik Devletleri (%30), Guatemala (%23), Kosta Rika (%12), Meksika (%10) ve El Salvador (%8)'dur.

Honduras'ta gıda perakende sektörü pandemiden sonraki toparlanma sürecini devam ettirmektedir. Mevcut şartlarda perakende satışlarındaki büyüme oranı 2022 yılının 2021 yılına göre daha yüksek olmakla birlikte, sabit açıdan bakıldığında satış büyümesi hafif düşüş göstermiştir. Honduras Merkez Bankası (BCH), ülkenin gıda ve içecek ithalatının 2022 yılı bir önceki yıla göre 271,8 milyon USD artışla 1,7 milyar USD ulaştığını bildirmiştir. Bu artış öncelikle, yalnızca yurt içi tüketime yönelik işlenmiş gıda ve içecek ithalatından kaynaklanmaktadır. Bu ithalat, 2022 yılında bir önceki yıla göre 150,4 milyon USD artışla 1.496,9 milyon USD'ye ulaşmış, unlu mamuller ve gıda preparatları çoğunlukla Guatemala ve El Salvador'dan ithal edilmiştir. Bu ithalat sadece iç tüketime yöneliktir. Ancak Honduras Merkez Bankası gıda ve içeceklere yönelik ithalat istatistiklerine bazı ara ürün bileşenlerini de dahil ettiği, yayınlanan raporların değerlendirme ve yorumunda dikkate alınmalıdır. Honduras'ın perakende gıda sektörü, ülkede ithal gıda açısından açık ara en büyük pazardır. İthal tüketici ürünlerinin perakende satışları çoğunlukla süpermarket, mini market ve bakkallarda yapılmaktadır. Önde gelen perakende zincirleri La Colonia, Despensa Familiar, Wal-mart Supercenter, Maxi Despensa, Paiz ve El Colonial'dır.

Honduras tarımsal ürün ithalatı, bir önceki yıla göre %18.3 artışla 3 milyar USD'ye ulaşmıştır. ABD, Guatemala, Kosta Rika, Meksika ve El Salvador, 2022'de Honduras'ın en büyük beş tedarikçisi olmuştur. Honduras'ın ana tarımsal ihracat ürünleri ise muz, kahve, puro, biber ve kavundur. Honduras'ın dünyadan yaptığı tarım ürünleri ithalatında hem değer hem de hacim olarak sırasıyla yüzde %43.84 ve %37 oranında artış görülmüştür. Ancak yine de Honduraslı tüketicilerin bütçelerini mümkün olduğu kadar genişletmeye çalıştıkları, dolayısıyla belirli gıda ve içecek ürünlerine yönelik satın alımlarını kısıtlama ve daraltma çabasında oldukları, fiyat hassasiyetlerinin arttığı da göz önüne alınmalıdır.

Honduras'taki gıda sanayi son birkaç yılda istikrarlı bir şekilde büyüme göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri, Honduras gıda sanayi hammadde ve ara-mamul için en büyük tedarikçi konumunu korumakta ve hem gıda hem yem üretimine yönelik olarak bu pazarı domine etmektedir.



Şekil 1. Honduras 2022 Yılı Tarımsal Ürün İthalatı Gerçekleştirilen Başlıca Ülkeler

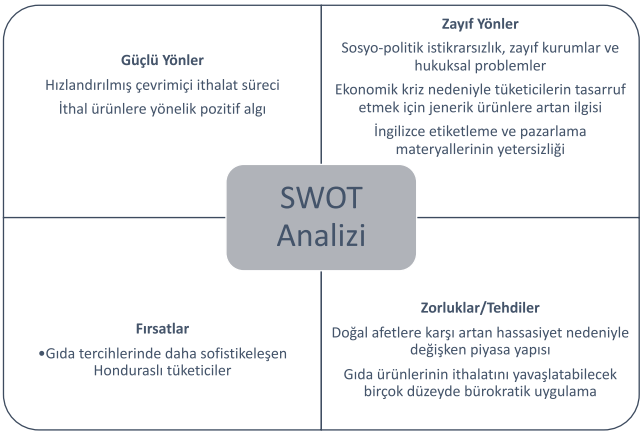
Honduras Pazarının Avantajları

- Puerto Cortes'teki yeni kamu-özel lojistik merkezleri, soğutulmuş/dondurulmuş depolama kapasitesini artırmış ve gümrükleme süresini kısaltmıştır.
- Tüketicilerin ithal ürünlere yönelik güçlü satın alma istekleri ve pozitif algıları vardır. İthal gıda ürünleri Honduraslılar arasında yüksek kaliteli imajına sahiptir. İthalatçılar, güvenilirlik ve kalite tutarlılığı algısına sahip oldukları ihracatçılarla ticaret yapmayı tercih etmektedirler.
- Honduras gıda tedarikinde kendi kendine yeterli değildir.
- Altyapı ve tesislerde artışlar vardır. Bu durum ise depo satış noktalarından doğrudan ithalat, gıda ithalatını çeşitlendirmeye katkı sunmaktadır
- Büyük perakendeciler son birkaç yılda mağaza sayısını ve satış alanını genişletmiş olup, bu genişlemeyi sürdürmeyi planlamaktadırlar.
- Gıda sektöründeki teknoloji yenilikleri, işletme sahiplerinin müşterileri daha iyi anlamalarına ve onlara beklediklerinden daha fazlasını sunmalarına olanak tanımaktadır.
- Honduras aynı zamanda bölgedeki en düşük lojistik maliyetlere sahip olması nedeniyle Orta Amerika'nın geri kalanı için bir dağıtım platformu görevi üstlenebilmektedir.
- Puerto Cortés, bölgenin en büyük derin su limanıdır.

Honduras Pazarı Dezavantajları

- Diğer Orta Amerika ülkeleri ile doğrudan rekabetin olduğu bir pazardır. Dominik Cumhuriyeti, Meksika, Şili, Kolombiya, Panama, Kanada, Avrupa Birliği, Kore Cumhuriyeti ve Tayvan ile serbest ticaret anlaşmaları imzalanmıştır.
- Makroekonomik istikrarın korunması ve yatırım ortamının teşvik edilmesi gerekmektedir.
- Ülkedeki mevcut ekonomik durum satın alma gücünü sınırlamakta ve Honduraslı tüketiciler fiyata duyarlı hale gelmektedir.
- Bazı gıda ürünlerine göreceli olarak yüksek vergiler uygulanmaktadır.
- Yerel etiketleme gerekliliklerine mevzuata uygunluk: üretim ve son kullanma tarihleri ithalatta dikkat edilmesi gereken unsurlar arasındadır.
- Pazar oldukça fiyata duyarlıdır ve düşük kaliteli ürünler genellikle fiyatlandırma nedeniyle daha rekabetçidir.
- Ekonomi, olumsuz olayların Honduras'taki göçmen işçi dövizi akışını, turizmi ve yatırımı sekteye uğratabilir.
- Siyasi ve ekonomik belirsizlikler yaşanabilmektedir.
- Honduras bürokrasisi gıda ürünlerinin ithalat sürecini yavaşlatabilmekte ve çeşitli tarife dışı engeller ile karşılaşılabilmektedir.
- Kamyon taşımacılığı, okyanus nakliyesi ve depolama da dahil olmak üzere nakliye sektöründe nakliye ve lojistik fiyatları artmaktadır.
- Faturalarda, ambalaj etiketlerinde ve/veya paket etiketlerinde "Premium" veya "Gold Standart" gibi pazarlama ifadelerinin kullanılması, gümrük görevlilerinin %15 oranında KDV ithalat vergisi almasına neden olabilir.
- Ürünlerin ve satış malzemelerinin İspanyolcaya ve yerel kültüre uyarlanması, rekabetçi kalmada önemli bir faktördür.
- Cortes Limanı'ndan geçen mısır, soya, buğday ve pirinç gibi dökme tahıl ürünleri ithalatçıları, alınanlarla boşaltılanlar arasında farklılıklar olduğunu bildirmektedir.
- CAFTA-DR, Orta Amerika pazarına gönderilen ABD mallarına yönelik gümrük vergilerinin ve diğer engellerin çoğunu ortadan kaldırmıştır.

SWOT Analizi



Honduras Pazarı Yapısı

Son beş yılda tüketim alışkanlıkları değişimi ile birlikte Honduras pazarı daha uluslararası trendlere doğru önemli ölçüde evrilme gerçekleştirmiştir. Sağlık kaygısı, beslenmeye verilen önem ve artan satın alma gücü, gıda ürünlerinin ticarileşmesine ivme kazandıran değişkenlerden bazılarıdır. Ancak ulusal gıda sanayi ve üreticilerinin pazar taleplerine ayak uyduramaması, bu gereksinimleri karşılayan ürünlerin ithal edilmesini zorunlu kılmaktadır. Örneğin satış değerlerine göre azalan sırada olmak üzere 2021 yılı için ABD'den Honduras'a gerçekleştirilen tüketici odaklı ilk 5 gıda ürünü; çorbalar ve diğer gıda preparatları, unlu mamuller, tahıllar ve makarna, süt ürünleri, domuz eti ve domuz eti ürünleri ile alkolsüz içeceklerdir. Artan ithalat nedeniyle tüketiciler uluslararası farklı gıda ürünü seçenekleri için daha fazla farkındalık sahibi olmaktadır. Ayrıca pandemiden önce bile Honduraslı tüketicilerin sağlıklı, taze ve vitaminlerle zenginleştirilmiş ürünlere yönelik bir eğilim sahibi oldukları belirlenmiştir. Genel beklenti ve öngörü, her iki eğilimin de hızlanarak devam edeceği yönündedir.

Honduras hükümeti genel olarak yabancı yatırıma açıktır. Kısıtlamalar ve performans gereksinimleri sınırlıdır. Nispeten düşük işçilik maliyetleri, ABD pazarına yakınlık ve Karayip limanı (Puerto Cortés bölgedeki en büyük derin su limanıdır) Honduras'ı yatırımcılar için çekici kılmaktadır. Bu avantajların da etkisiyle ve CAFTA-DR'nin sağladığı avantajlarla özellikle ABD'li kuruluşlar Honduras'ta yatırım kurma, satın almaya önemli ilgi göstermektedir. Bu ilginin gerekçeleri arasında ABD'li yatırımcıların işletme hakkı açısından genellikle yerel yatırımcılarla eşit haklara sahip olması da bulunmaktadır. CAFTA-DR'nin yatırım bölümünde Honduras, ABD'li yatırımcılara İkili Yatırım Anlaşması kapsamında olduğundan daha yüksek düzeyde koruma sağlamayı taahhüt etmiştir. Bu durum ülkemiz ihracatçılarının potansiyel rakipleri analiz ederken dikkate alması gereken hususlar arasında bulunmaktadır.

Çoğu Latin Amerika ülkesinde olduğu gibi, Honduras'ta da pazara girebilmek için potansiyel müşterilerle iyi bir kişisel ilişki kurmak gerekir. Bir iş ilişkisi kurmak diğer bazı batı ülkelerine göre biraz daha uzun sürse de, zamanla yapılan bu yatırım, uzun süreli ve karşılıklı kazanç sağlayan ittifaklar olarak sonuçlanmaktadır. Ülkemiz ihracatçıları doğrudan Honduras şirketlerine ihracat yapabilse de, Honduras'tan bir yerel temsilciye veya distribütöre sahip olmaları tavsiye edilir.

Honduras'ta modern gıda perakendecilerinin satış büyümesi, 2022 yılında küçük ölçekli perakendecilerin satışlarını geride bırakarak uzun vadeli büyüme eğilimini sürdürmüştür. Bu perakendeciler toplu satış mağazaları ve market kanallarında faaliyet göstermektedir. Küçük yerel gıda perakendecileri (açık pazarlar dahil) genellikle uzak bölgelerde kolayca erişilebilen tek market alışverişi seçeneğidir. Öte yandan şehirlerdeki tüketiciler modern formlara daha kolay ulaşabilir. Sonuç olarak, Honduras'ın kentleşmesi arttıkça, süpermarketler, hipermarketler ve indirim mağazalarının yanı sıra diğer modern perakende kanalları, geleneksel perakendecilerden pay almaya devam etmektedir. Bilindiği üzere, güncel küresel eğilim perakende işletmelerinin kendi özel markalarını geliştirmesi yönündedir. Her ne kadar bu konuda resmi veriler mevcut olmasa da Honduras'ta da bu yaklaşım yaygınlaşmaktadır. Son yıllarda süpermarketler, gondol alanları ve mağaza içi promosyonlarla tanıtımını yapan çok çeşitli özel marka seçeneklerini tüketicilere arz etmiştir.

İndirimli fiyatlar ve promosyonlar Honduras gıda perakendeciliğinde önemli bir itici unsur olarak kullanılmaktadır. Çünkü müşteriler, satın alma işlemi yapmadan önce sezonluk ve dönemsel uygulanan promosyonları takip etmektedirler. Bu stratejinin kullanılmasının nedenleri arasında; işletmelerin müşteri sadakatini sağlama çabası yanı sıra Honduraslı çalışma çağındaki nüfusun çoğunluğunun düşük gelir seviyesine sahip olmaları bulunmaktadır.

Honduras ekonomisinin 2023 yılında önemli ölçüde yavaşlaması ve GSYİH büyümesinin 2022 yılındaki %3.7 seviyesinden %2.2'ye düşmesi beklenmektedir. Bu yavaşlama, özellikle ABD'de olmak üzere küresel ekonominin zayıflaması da dahil ihracat artışını sınırlayacak çeşitli faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bu faktörler arasında göçmen işçi dövizi girişleri düşüşü, bunun sonucunda özel tüketim büyümesinin zayıflaması, kasırga onarımları tamamlandığında yatırımda düşüş ve yüksek enflasyonun tüketiciler ve işletmeler üzerindeki etkileri bulunmaktadır.

Tüketici Beğeni ve Trendleri

Fermente ürünler ve bu ürünleri içeren diğer gıdaların hem toplu tüketimlerde hem de perakende satışlarda, sağlık açısından öne sürülen faydalar ve ekşi tatların artan popülaritesi nedeniyle hızla artış gösterdiği görülmüştür. Geçtiğimiz beş ila yedi yılda sokak yemekleri çok daha popüler hale gelmiştir. Bu artışta ilginç ve dikkat çekici bir etken söz konusudur; Kompleks bir lezzet algısı yaratmak için genellikle kırmızı biber çeşitlerinin tatlı malzemelerle kombinasyonu ile oluşturulan sofistike ürünlere yönelik tüketici talebi ve yararlanan "Sweet Plus" trendidir.

Honduras, dünyanın dört bir yanından süt ürünlerini, yıllık %32 artışla 201 milyon USD karşılığı olmak üzere ithal etmiştir. Amerika Birleşik Devletleri pazarın %46'sını kontrol ederken, onu Guatemala (%19), Meksika (%12) ve Kosta Rika (%9) takip etmektedir. Yıldan yıla en büyük değer değişimi Çin'den yapılan ithalat ile gerçekleşirken, bunu Yeni Zelanda'dan süt ve krema (toz veya granül) ve İtalya, Bulgaristan ve Fransa'dan Çedar ve Colby peyniri ithalatları izlemiştir. Alkolsüz içeceklerin toplam ithalat değeri ise 136 milyon USD'dir. Geçen yıla göre değer artışı %10 civarı olmakla birlikte hacimsel düşüş gerçekleşmiş ve bu ürünlere ait ithalat miktarı 6 bin tona düşmüştür. ABD (%15), Guatemala (%47) ve El Salvador başlıca Honduras alkolsüz içecek tedarikçisi ülkelerdir. Ayrıca Honduras dünyanın farklı bölgelerinden 2022 yılında 93 milyon USD karşılığı çeşni ve sos ithal etmiş olup, bunların yaklaşık 36 milyon USD'lik bölümü Guatemala'dan, 22 milyon USD'si ABD'den, 21 milyon USD'si Kosta Rika'dan ve 7 milyon USD El Salvador'dandır.

Honduras pazarında büyüme gösteren ithal ürünlerden bazıları aşağıda yer almaktadır;

- Hazır Çorbalıklar ve bulyonlar
- Unlu mamuller, kekler, bisküviler ve benzeri fırınlanmış ürünler
- Dondurma
- Süt ve krema (toz, granül veya diğer katı formlarda, yağ içeriği %1.5'u geçmeyen)
- Kazein
- Tam buğday ürünleri, granola barlar, keten tohumu ürünleri
- Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu
- Dondurulmuş patates
- Soya sosu
- Perakende satışa hazır köpek ve kedi maması

Çizelge 1. Yüksek satış potansiyeli olan başlıca ürünler

Kategori	2017	2018	2019	2020	2021
Hazır çorbalıklar ve diğer gıda preparatları	161	166	179	229	292
Unlu mamuller, hububatlar, makarna	151	134	127	111	169
Süt ürünleri	92	131	117	119	152
Domuz ve domuz ürünleri	60	69	75	80	127
Alkolsüz içecekler	74	70	81	70	124
Bira	34	47	59	44	84
Taze meyve	48	50	53	55	82
Soslar ve çeşniler	51	51	55	53	80
İşlenmiş sebzeler	44	44	47	47	62
Kanatlı eti ve ürünleri	33	36	38	35	48
Toplam	**948**	**1008**	**1031**	**1041**	**1516**

Kaynak: Trade Data Monitor, FAS-GAIN, US.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Honduras'ta gıda ile ilgili konulardan sorumlu kurumlar Tarım ve Hayvancılık Müsteşarlığı (SAG) ve Sıhhi Düzenleme Kurumudur (ARSA). Ulusal Bitki, Hayvan Sağlığı ve Gıda Güvenliği Servisi (SENASA), SAG'ın alt birimleri arasında yer alır. SENASA, bitki, hayvan sağlığı ve ithal ve ihraç edilen tarım ürünlerinin gıda güvenliği ile ilgili düzenlemeleri, prosedürleri oluşturur ve uygunluğu denetler. Bu kurum Honduras'a giren bitkisel, hayvansal, işlenmiş ve tüketiciye yönelik hazır gıda ürünleri ve gıda işlemede kullanılan girdiler için ithalat izinlerini vermektedir. Honduras Gümrük İdaresi, ülkedeki gümrük süreçlerinin mali ve idari uyumlaştırılmasını denetler. Gümrük İdaresi, gümrük vergilerini toplar ve güvenlik kontrolleri yoluyla vergi kaçakçılığını azaltmak için gümrük yükümlülüklerinin gönüllü olarak yerine getirilmesini takip eder. 2017 yılında Honduras Hükümeti ARSA'yı kurmuştur. ARSA, gıda ve içecekler, ilaçlar, doğal ürünler, kozmetikler, tıbbi cihazlar ve hijyen ürünleri için ürün sağlık tescili, lisansları ve diğer sağlık izinlerini verir. Bu organizasyon tüketicilere perakende ve toptan satış düzeyinde satılan işlenmiş ürünlerin denetimini, incelemesini, kontrol gözetimini ve denetimini yerine getirir. COVID-19 salgını nedeni ile hem ARSA hem de SENASA, 2020 yılı sonuna kadar çevrimiçi hizmet platformlarını etkinleştirerek, ithalat izinlerini ve sağlık kayıtlarını alma süresini önemli ölçüde azaltmıştır.

Honduraslı gıda üreticileri genellikle ham, yarı-işlenmiş ve işlenmiş girdilerini ithalatçılar/distribütörler, dikey entegre tedarik zincirleri ve yerel kaynaklar dahil olmak üzere farklı yöntemler temin etmektedirler. Ülkede faaliyet gösteren çok uluslu gıda üreticileri, ülkedeki operasyonlarına yönelik malzemeleri belirlemek ve yönetmek için genellikle küresel bir satın alma birimi yanı sıra yerel bir satın alma ofisine de sahiptir.

Bu küresel markalar, kendi gereksinimlerini sağlamak için küresel tedarik zincirlerindeki satıcılardan yararlanmaktadır. Küçük ve orta ölçekli Honduraslı gıda üreticileri ise tedariklerini genellikle Honduraslı broker ve distribütörlerden oluşan bir ağdan sağlar. Üretim/girdi hacimleri yeterince yüksek olan bazı işletmeler ise doğrudan ithalat yolunu kullanmaktadırlar.

Pazara Giriş Stratejileri

Ülkemiz ihracatçıları, pazarlama stratejileri geliştirirken Honduras pazarının nispeten küçük boyutunu ve tüketici ürünlerine yönelik talebin yüksek esnekliğini dikkate almalıdır. Honduraslılar için fiyat en önemli unsurlardan biridir. Çoğu durumda, alıcılar yerel pazardaki ithalat maliyetlerinin çok yüksek olduğunu düşündüklerinde yurt dışından satın alırlar. İhracatçılarımız fiyatlandırma sırasında hem maliyet hem de pazar durumunu dikkatli bir şekilde analiz etmelidir.

Honduraslı tüccarlara satışlarda cazip finansman koşulları sunan ihracatçılarımızın pazar payı kazanma şansı daha yüksektir. Bu durum, özellikle büyük ölçekli ihracatlar için geçerlidir. Bununla birlikte, uluslararası firmaların Honduraslı ticaret ortaklarına kredi verirken dikkatli davranmaları gerektiğini vurgulamak gerekir. Kredi vermeden önce potansiyel ortakların kredibilitesi ve itibarı araştırmalıdır. Honduras'ta bir partner seçerken (yerel ithalatçı acentesi veya yasal temsilci), ihracatçılar dikkatli davranmalıdır. İhracatçılar, uzun vadeli bir sözleşme düzenlemesine girişmeden önce potansiyel partnerlerin geçmişini araştırmalı ve yüz yüze görüşme ve ziyaretler planlamalıdır.

Gıda Perakendeciliği

Honduras'ın perakende gıda sektörü, ithal gıda açısından açık ara en büyük pazardır. İthal tüketici ürünlerinin perakende satışları çoğunlukla süpermarketler, mini marketler ve bakkallar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Süpermarket perakendeciliği sektörü hızla büyümektedir. Süpermarketler, ülkenin orta ve büyük kentsel bölgelerinde ve en kalabalık şehirlerinde faaldir. Düzenli çalışan nüfus çoğu promosyonları takip etmekte ve yararlanmakta olup, gıda alışverişlerini öncelikle bu promosyonları gerçekleştiren perakendecilerden sağlamaktadır. Genel olarak gıda perakendeciliği modernleşme sürecini sürdürmektedir. Son yıllarda Honduras ithal işlenmiş gıda pazarı, süpermarketlerin pazar hâkimiyetini arttırması, bu alanda rekabetin de artmasına neden olmuş, bu nedenle de perakendecilerin reklam ve tanıtım faaliyetlerine yoğunlaşması ile sonuçlanmıştır.

Temel gıda sepetinde et, kümes hayvanları, yumurta, soğan, domates, kuru fasulye, kahve, pirinç, mısır, mısır unu, buğday unu, taze süt, süt tozu, şeker, tereyağı, meyve suyu ve sebze suyu yer alır. Her ne kadar Honduraslıların çoğu bu gıdaların en azından bazılarını tüketiyor olsa da, daha varlıklı demografik kesim daha üst düzey markaları ve daha kaliteli ürünleri tercih etmektedir. Paskalya gibi dini bayramlar ile Honduras'ın ulusal bayramı olan "Semana Morazanica" çoğu Honduraslı için "tatil" zamanıdır. Bu tatil dönemleri, iki ila üç günlük tatillerden çok önce başlar ve ötesine uzanır. Noel hediye sepetleri de giderek daha fazla yaygınlaşmakta ve popülerleşmektedir. Son yıllarda bu sepetlere yüksek oranda ithal ürünü dahil edilmesi yaygınlaşmıştır. Bu sepetlerin içeriğinde en çok dahil edilen ürünler şekerleme, kuruyemiş, viski ve şarap gibi ürünler genel olarak yer almaktadır. Paskalya, Semana Morazanica, Noel ve Anneler Günü, perakende satışlarda ana zirvelerdir. Yasa gereği her yılın haziran ve aralık aylarında devlet ve özel sektör çalışanlarına ikramiye vermek zorundadır. Bu ikramiye bir aylık maaşa eşdeğerdir. Yılın bu dönemlerinde birçok aile özel alışverişler yapar veya yüksek kaliteli ürünleri ucuza satın alırlar.

Honduras'ta gıda perakendeciliğinde farklı sektörlere yönelik değişiklik arz eden pazarlama yaklaşımları geliştirilebilir. Bu pazarda iyi bir varlık sağlayabilecek yerel bir distribütörün varlığı her zaman önemlidir. Pazarda pay sahibi olmak ve bu payı korumak isteyen ihracatçıların, satışları sıfırdan geliştirme ve büyüyen pazarlarına hizmet etme konusunda ekstra çaba harcamaya istekli olmaları gerekir. Yerel üretim ve son kullanma tarihi gereksinimlerini karşılamak için müşterileriyle birlikte çalışmalı ve müşterilerine piyasayı test etmek için rekabetçi fiyatlar, vade alternatifleri, kataloglar ve numuneler sunmalıdırlar. Yeni markaların lansmanı için reklam maliyetlerini paylaşmayı düşünmeye istekli olmalıdırlar. Ayrıca teknik destek ve satış desteğinin yanı sıra kategori yönetimi, mağazacılık ve ürün işleme gibi çeşitli alanlarda eğitim vermeye de istekli olmaları gerekir. Aynı şirkete ait franchise'ların olması geniş bir pazara ulaşmayı kolaylaştırır.

2022 yılında artan enflasyona rağmen Honduras'taki perakendecilerinin satışları yıl içinde artmaya devam etmiştir. Ancak sabit terimlerle (enflasyonun etkileri olmadan) ölçüldüğünde, 2022 yılında satış büyümesi sabit kalmıştır. Dolayısıyla ciro artışı, satış hacmi artışından değil, büyük ölçüde enflasyonun etkilerinden kaynaklanmıştır. Yüksek gıda fiyatları, Honduraslıların harcamalarında daha ucuz süpermarket ürünlerine ilgi göstermeye yönlendirmiştir. Ayrıca, düşük gelirli ve kırsal kesimdeki müşterilerin sıklıkla ziyaret ettiği küçük yerel bakkallar, 2022 yılında özellikle düşük cirolar elde etmişlerdir.

Wal-Mart Centro América SA, Despensa Familiar, Maxi Despensa, Paiz ve Walmart Supercenter markalarıyla gıda perakendeciliğindeki avantajlı pozisyondadır. 2021 yılında bu firma, "her şeyi tek yerden satın al" temasının yanı sıra bu pazar için self-ödeme gibi hizmetleri devreye alarak dördüncü Supercenter lokasyonunu oluşturmuştur. Süper mercados La Colonia de Honduras SA de CV, Wal-Mart'tan sonra ikinci, akılda kalan markalar arasında ise bir numaradır.

Wal-mart, ülkedeki %10,8 pazar payıyla Latin Amerika'nın en büyük marketidir. Bu perakendeci Honduras'ta dört formata bölünmüş 111 perakende satış noktası işletmektedir. %10,8'lik payın dağılımı Despensa Familiar %4.2, Walmart Supercenter %2.8, Maxi Despensa %2.2ve Paz %1,6 şeklindedir. Euromonitor, Walmart'ın Honduras perakende değerinin (satış vergisi hariç) 2022 yılı için 838 milyon USD seviyesinde olacağını ön görmüştür.

Gıda perakendeciliği açısından Super Mercados La Colonia, 2021-2022 yılı için Honduraslılar tarafından %49 tanınma oranıyla akılda kalan farkındalıkta bir numaralı marka olurken, Maxi ikinci sıraya yükselmiştir. Supermercados La Colonia, 2022 yılında 57 perakende birimi, 578 milyon USD'lik vergiler hariç satış ve 2020-2022 yılları arasında pazar payında %0.4 puanlık değişim ile gıda perakendeciliğinde %7,5 pazar payına sahip olmuştur. El Progreso kentinin popüler merkezi pazarında yer alan bir perakendeci olan La Antorcha Market,%2.6 pazar payına sahiptir ve 200 milyon USD'lik satış gerçekleştirmiştir. Honduras'ın en büyük toptan satış perakendecilerinden biri olan PriceSmart da müşteri deneyimini geliştirmek için Toshiba Elera platformunu uygulayarak operasyonlarını düzenlemektedir. PriceSmart, mevcut eski POS sistemini Elera teknolojisiyle değiştirerek 2023 yılı başlarında Elera platformunu devreye almıştır.

Toplu Tüketim Hizmetleri

Oteller ve Restoranlar, turizm endüstrisi pandemi sonrası toparlanma sürecine girmiş ve 2021 yılı için %45,8'lik bir büyüme sergilemiş olmakla birlikte hâlâ pandemi öncesi görülen doluluk seviyelerine ulaşamamıştır. Ulusal İstatistik Enstitüsü ve Honduras Turizm Enstitüsü'ne göre uluslararası seyahat edenlerin sayısı 2020 yılından 2021 yılına %23,4 artmıştır. Ancak, 2021 yılında uluslararası ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %180 daha düşük olmuştur. 2022 yılında yaşanan iyileşmenin 2023 yılında da devam etmesi beklenmektedir.

Ülke çapında pizza ve burger restoranlarının artan popülaritesi ve kızarmış tavuk ürünlerine yoğun ilgi, pizza peyniri, patates kızartması, tavuk parçaları, tavuk kanatları, tavuk butları, süt ürünleri alternatifleri ve çeşnilere yönelik güçlü bir talep yaratmıştır. Ancak tüketiciler 2022 yılı itibari ile pandemi öncesi restoranlarda yemek yeme alışkanlıklarına tamamen geri dönmemişlerdir. Bu kısmen HUGO, Glovo, PedidosYa, Sompopo, UBER Eats, RYTE, Yuuju, Ocho ve Speedy gibi yemek dağıtım hizmetleri sağlayıcılarındaki kolaylık ve ilgi artışı nedeniyledir. Honduras''ta INTUR (Burger King. Little Caesars, Church's Chicken, Popeye's, Dunkin', Baskin Robins, Chili's, Pollo Campero, It's Just Wings ve Circle K) ve Grupo de Comidas (Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken ve Denny's) 13 fast-food markasını yönetmekte ve fast-food sektörünün liderleri konumundadırlar. Ülkede 226 ve Guatemala'da 19 satış noktası bulunan INTUR, son iki yılda satışlarında %12'lik bir büyüme kaydetmiştir.

Honduras Pazarında Rekabet

Honduras pazarında tarımsal ürünler için başlıca rakip ülkeler, ABD, Guatemala, El Salvador, Nikaragua ve Meksika'dır. Bu ülke 2021 yılında dünyadan yaklaşık 1.5 milyar USD'lik tutarında tüketici odaklı tarım ürünü ithal etmiştir. ABD %31 (475 milyon USD) pazar payıyla en büyük tedarikçi olmuş, bu ülkenin tüketici odaklı gıda ürünlerinin ithalatı 2021 yılında 2020 yılına göre %31 artmıştır. Honduras, ana pazarlarla 36 ülkeyi kapsayan ve çoğunluğu çok taraflı olan 12 Serbest Ticaret Anlaşması yoluyla açık ve genişleyen bir ticaret politikasına sahiptir. Dışişleri Bakanlığı'na göre Tayvan ile Honduras arasındaki serbest ticaret anlaşması (FTA) 8 Haziran 2023'ten itibaren devreye girmiştir. Honduras ve Çin Halk Cumhuriyeti, Temmuz 2023 yılının başında bir ticaret anlaşması müzakerelerine başlamıştır.

Çizelge 2. Honduras 2017-2021 Tarımsal Ürün ve Gıda İthalatı (milyon USD)

Kategori	2017	2018	2019	2020	2021
Tüketici Odaklı Ürünler	948	1000	1030	1040	1515
Dökme Ürünler	231	312	295	308	450
Yarı-Mamuller	427	470	416	440	608
Tarımsal Faaliyet İlişkili Ürünler	49	56	49	66	108
Toplam	1655	1838	1790	1864	2681

Kaynak: Trade Data Monitor

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN HONDURAS' A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BİTKİSEL YAĞLAR SOYA YAĞI VE FRAKSİYONLARI	111.883	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	876.470	66.925
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI YENİLEN ÇEŞİTLİ GIDA MÜSTEHZARLARI	10.309	1.276
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	1.522.329	230.852
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	140.862	14.632
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	262.131	15.147
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	1.045.699	104.328
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	1.160.289	77.865
Genel Toplam	**5.129.973**	**511.024**

HONDURAS' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	15,769	20,866
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	141,025	164,301
Değirmencilik	181,647	220,344
Diğer Gıda Müstahzarları	692,451	750,075
Hububat	380,218	521,902
Pastacılık Ürünleri	13,461	15,118
Şeker ve Şeker Mamulleri	112,006	115,514
Un ve Unlu Mamuller	172,777	244,23
Genel Toplam	**1.709.344**	**2.052.350**

HONDURAS' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2020**	**2021**
1	ABD	543,643	740,367
2	KOSTA RİKA	119,563	147,631
3	GUATEMALA	120,834	142,042
4	EL SALVADOR	98,311	110,253
5	MEKSİKA	96,63	108,088
6	HONDURAS	0	57,087
7	NİKARAGUA	13,71	20,651
8	BREZİLYA	23,194	17,727
9	KOLOMBİYA	11,338	13,741
10	HOLLANDA	7,63	12,661
30	**Türkiye**	**691**	**2,455**

KARAYİPLER

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

K

KARAYİPLER

1. GENEL BİLGİLER

Genel Bakış

Karayipler, küresel olarak en çok parçalanmış ve çeşitli bölgelerden biri olarak tanımlanır. Bu çeşitlilik muhtemelen bölgedeki farklı ülkeler arasındaki kültürel, dil ve ekonomik farklılıkları içerir. Karayip bölgesindeki çeşitli ülkeler ve adalar; 1. Anguilla

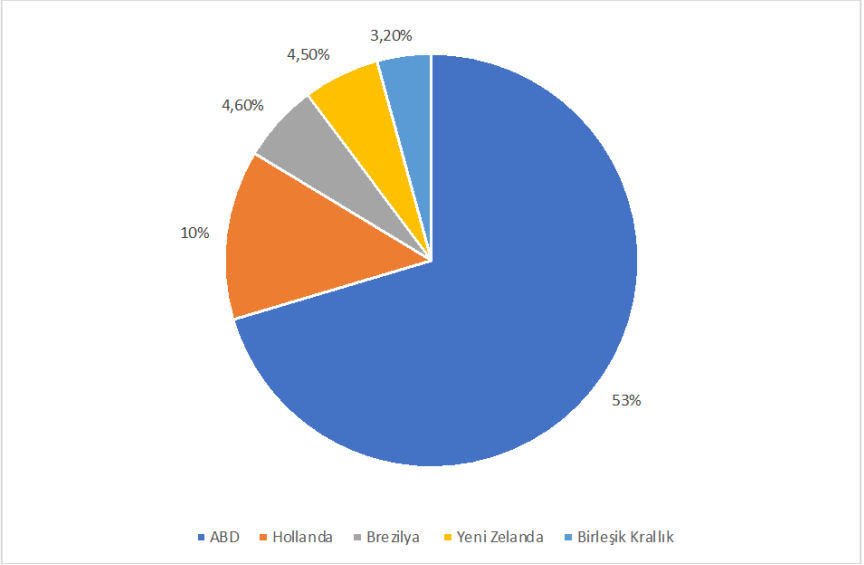
1. Anguilla
2. Antigua ve Barbuda
3. Aruba
4. Bahamalar
5. Barbados
6. Bermuda
7. İngiliz Virgin Adaları (BVI)
8. Karayip Hollanda veya BES Adaları (Bonaire, Sint Eustatius ve Saba)
9. Cayman Adaları
10. Küba
11. Curaçao
12. Dominika
13. Grenada
14. Guadeloupe
15. Guyana
16. Martinik
17. Montserrat
18. Saint Barthélemy
19. Saint Kitts ve Nevis
20. Saint Lucia
21. Saint Martin
22. Saint Vincent ve Grenadinler
23. Sint Maarten
24. Trinidad ve Tobago
25. Turks ve Caicos Adaları

Bu ülkeler ve adalar, çeşitlilik, sosyal-yaşam ve kültür açılarından zengin Karayip bölgesini oluşturur. Bu raporda Küba dışındaki Karayipler bölgesi kapsama alınmıştır. Karayipler'deki nüfus, Temmuz 2020 yılı itibariyle yaklaşık 4.6 milyondur. Genel olarak olumlu ekonomik performans olmasına rağmen, bölge içinde farklı pazarlar arasında ekonomik performansta farklılıklar bulunmaktadır. Bölgedeki reel GSYİH önemli ölçüde değişmektedir; Dominika'nın 2019 yılındaki 855 milyon USD'lik GSYİH'sı ile Trinidad ve Tobago'nun çok daha büyük olan 36.5 milyar USD'lik GSYİH'si arasında büyük farklar vardır. Kişi başına düşen reel GSYİH değişkenlik gösterir; Dominika'nın 2019 yılındaki kişi başına düşen reel GSYİH'si 11,917 USD iken Bermuda'nın 2019 yılındaki kişi başına düşen reel GSYİH'si 81,798 USD'dir. Dolayısıyla, Karayip bölgesi içinde önemli ekonomik farklılıklara sahip bileşenler söz konusudur. Bölge Avrupa ve ABD ile sıkı ve gelişmiş ilişkilere sahiptir. Karayip ülkelerinin, ABD ile güçlü ticari ve sosyal bağları vardır. Bundan dolayı da ABD Karayipler ile ticarette önemli bir rol oynamaktadır.

Bölgede tarımsal üretim ve işleme yetenekleri sınırlıdır. Bu durum, arazi kullanılabilirliğinin sınırlı olması ve tarımda ölçek ekonomisinin olmaması nedeniyle gıda ithalatına büyük bir bağımlılık ile sonuçlanır. Turizm, Karayipler'de baskın bir endüstridir. Bu, ziyaretçilerin bölgenin doğal güzellikleri, plajları ve kültürel cazibeleri tarafından çekildiği birçok Karayip ülkesinde yaygın bir özelliktir.

2018 yılında bölge, bir önceki yıla göre %4.8'lik bir artışla toplamda 2.9 milyar USD'lik tarımsal ürün ve gıda ürünleri ithal edilmiştir. Tüketici odaklı ürünler, bunların önemli bir kısmını oluşturarak 1.9 milyar USD'lik bir değere sahip olup, bu ürünlerin pazara giriş yapanlarının %53'ü ABD orijinlidir. Karayipler'de tüketici odaklı tarımsal ürün ithalatının önemli bir bölümü (%55-65) perakende sektörüne yönlendirilmektedir. Bölgedeki market perakende satışları 2017 yılından 2018 yılına %8 artmıştır. 2020 yılında Karayipler, tüketici odaklı ürünlerde 2.1 milyar USD'lik ithalat gerçekleştirmiştir. Bu durum, bölgede bu tür ürünlere büyük bir talep olduğunu göstermektedir. Ayrıca, turizm yatırımları, gıda ürünleri için hizmet sektöründen talepler yaratmaktadır. Bu sektörlerin tüketici odaklı tarımsal ürün ithalatının büyük bir payını (%35-45) oluşturduğu tahmin edilmektedir. 2020 yılında tüketici odaklı ürün ithalatında öne çıkan ülkeler olan ABD (1.025 milyar USD) ve AB-28 (378 milyon USD) sırasıyla %50 ve %18 Pazar payı sahibidirler. Diğer ülkelerden gerçekleştirilen ithalat ise 662 milyon USD seviyesindedir.

2020 yılında Karayipler'de perakende yıllık satışları 9.5 milyar USD'yi bulurken, tüketici gıda hizmetleri yıllık satışları 1.4 milyar USD'ye ulaşmıştır. Bu ayrıntılar, bölgedeki market perakendeciliği ve gıda hizmetleri sektörlerinin boyutu ve önemine dair öngörüler sağlayabilmektedir. Karayipler'deki önemli uluslararası perakendeciler faaldir. Bunlar arasında Massy Stores, EcoMax, Leader Price, Carrefour ve Super Value gibi perakendeciler bulunmaktadır. Bu perakendeciler, bölgede tüketici odaklı ürünlerin dağıtımı ve satışında hayati bir rol oynamaktadır. Özetle, Karayipler bölgesi, tüketici odaklı tarımsal ürünler için ithalat ve turizme yüksek derecede bağımlıdır. Bu ithalata bağımlılık ve ekonominin turizmin hâkim olduğu bir yapıya sahip olması, bölgenin ekonomik gelişimi için hem fırsatlar hem de zorluklar yaratmaktadır.



Şekil. Karayipler'in Başlıca Tüketici Odaklı Gıda ve İçecek Tedarikçisi Ülkeler (2021)

Karayipler Pazarının Avantajları

– Karayip adalarının az kullanılabilir araziye sahip olması ve gıda üretimine sahip olmaması nedeniyle, bölgenin gıda ihtiyaçlarının büyük bir kısmını ithal etmesi gerekmektedir.
– Turizm sektörü çoğu adada pandemi sorasında hızlı toparlanma yaşamıştır. Turistler, özellikle 8 milyonun üzerinde konaklayan ziyaretçiler, bölgenin otel ve restoran hizmeti sektöründeki tüketici odaklı tarım ürünlerine talebi artırmaktadır.

Karayipler Pazarının Dezavantajları

– Fransız Batı Hint Adaları gibi bazı pazarlarda, geleneksel Avrupa bağlantılarını koparma konusundaki temel zorluk, Avrupa'da eğitim alan adaların şeflerinin Avrupa ürünlerini tercih etmesi söz konusudur.
– Karayipler'in ekonomik refahı büyük ölçüde turizme bağlıdır. Bu nedenle, ekonomiler turizmi engelleyebilecek faktörlere (dünya ekonomisi, terörizm, daha aktif kasırga sezonları, salgınlar vb.) oldukça duyarlı kalmaktadır.
– Çeşitli rakipler, özellikle ABD ve Avrupa Birliği ülkeleri, Karayipler pazarındaki paylarını artırma çabasındadırlar.
– AB veya adaya özgü düzenlemeler nedeniyle özellikle et ve kümes hayvanları olmak üzere bazı ürünler belirli Karayipler bünyesindeki sadece belirli pazarlara sunulabilmektedir.
– İthalatçılar genellikle belirli ürünlerin küçük miktarlarını satın alır ve tam konteyner yükleri yerine karışık yükleri tercih ederler.
– ABD, Karayip adalarının büyük çoğunluğunda (yaklaşık %55) hakim bir pazar payına sahiptir.
– Mevcut mevzuat ve düzenlemeler genel olarak ABD ürünleri ile uyumludur.
– Özellikle Güney Florida'dan olmak üzere ABD ihracatçıları, pazarı iyi tanımakta ve iyi hizmet vermektedirler. Bu nedenle birçok açıdan rakiplerinden daha iyi bir konumda bulunarak Karayipler'e tedarik sağlama konusunda avantajlıdırlar.

SWOT Analizi

Karayipler Pazar Yapısı

Karayipler'deki ülkeler genellikle ABD ile yakın ticari ve sosyal ilişkilere sahiptir. Politik olarak Karayipler'deki bağımsız devletler, Avrupa ülkelerinin denizaşırı bölgeleri veya bağımlılıkları ve Avrupa Krallığı üyelerinin bir karışımıdır. Dominika gibi binlerce kişinin yaşadığı küçük devletlerden Trinidad ve Tobago gibi daha büyük ada-

lara (1.4 milyon nüfus) kadar bölgedeki ülkeler oldukça çeşitlidir. Bahamalar, Aruba, Saint Lucia, Sint Maarten ve Turks ve Caicos gibi adalar turizme büyük ölçüde bağımlıdır, diğerleri ise daha çeşitlendirilmiş ekonomilere sahiptir. Turizm hala Karayipler bölgesinin önde gelen endüstrisi ve ekonomik yapısının temelidir.

Karayipler'in ekonomik perspektifi iyileşmektedir. Ancak adalar arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Turizme dayalı ekonomiler son yıllarda daha hızlı büyüme göstermişlerdir. Bununla birlikte, bazı ülkeler hala yüksek mali açıklar ve kamu borcu ile başa çıkmakta zorlanmaktadır. Bu durum ise sağlıklı ve sürdürülebilir ekonomik büyüme olasılığını gölgelemektedir.

Bölge aynı zamanda doğal felaketlere karşı son derece savunmasızdır. Karayipler'i Irma ve Maria kasırgaları iki yıl boyunca büyük ölçüde ve ciddi düzeyde etkilemiştir. Ekim 2019 yılında Bahamalar'da birçok adaya Dorian kasırgası büyük zarar vermiş, ancak başkent Nassau ve ekonomik merkez büyük ölçüde etkilenmemiştir. Birçok pazarda hala iyileşme ve yeniden inşa çabaları devam etmekte ve yeni turizm altyapısı geliştirmek için yeni fırsatlar sunmaktadır.

Karayipler, Avrupa ve Amerikalı ihracatçılar için doğal bir pazardır. Karayip ithalatçıları AB ülkeleri ve ABD ile uzun bir iş yapma geçmişine sahiptir. Bu bölgelere ait ürünlere olan güçlü ilgi, yakınlık, yüksek kaliteli ürünlerin uzun süredir süregelen itibarı ve üstün hizmet kalitesinden kaynaklanmaktadır. Aslında, birçok yerel ithalatçı, çeşitli ürünleri Avrupa ve Amerika dışındaki tedarikçilerden temin edebileceklerini, ancak bu tedarikçilerin ürün kalitesi ve güvenilirlik konusunda kuşkuların ve olasılıkların risk almalarını engellediğini bildirmişlerdir. Ada ülkelerindeki yasal otoriteler ve gıda mevzuatları da Avrupa ve ABD ürünleri için avantajlıdır. Bu faktörler dikkate alındığında, AB ve ABD'nin bu pazarda yaklaşık %80'e yakın bir pay sahibi olması şaşırtıcı bir durum değildir. Trade Data Monitor verilerine göre, 2018 yılında Karayipler bölgesine tarımsal ve ilgili ürünlerin toplam ihracatı 2.9 milyar USD düzeyinde gerçekleşmiştir. ABD, bu ihracatın %54'ünü oluşturan 1.6 milyar USD üzerinde tarım ve ilgili ürünleri bölgeye ihraç etmiştir.

Parçalanmış yapısı ve sadece 4.6 milyon nüfusuyla (2020 tahmini), Karayipler, perakende gıda ve içecek ürünleri tedarikçileri için küçük bir pazar gibi görünebilir. Ancak sınırlı tarımsal üretimi ve gıda işleme ile bölge, talebi karşılamak için ithal edilmiş gıdalara ağırlıklı olarak bağımlıdır. Normalde, yıllık olarak bölgeyi ziyaret eden 20 milyonun üzerinde konaklama ve gemi yolcu turisti tarafından bu talep daha da yüksek düzeye çıkartılmaktadır.

Tüketici odaklı ürünlerin ithalatının yaklaşık %70'i perakende sektörü üzerinden yönlendirilir. Karayipler'deki market perakendecilik pazarı, bölgeyi oluşturan 24 pazar kadar çeşitlidir. Geleneksel "corner store" marketlerinden ABD ve Avrupa'nın en sofistike marketlerine benzeyen son derece modern süpermarketlere ve hipermarketlere kadar, Karayipler, perakende gıda için çok çeşitli seçenekler sunar. Dünya çapında Mart 2020 yılındaki COVID-19 kapanışları gerçekleştiğinde, Karayipler'deki perakende market sektörü beklenmedik bir talep artışı yaşamıştır. Öncelikle panik alımları başlamış, daha sonra evde yemek yapma ihtiyacıyla devam etmiştir. Euromonitor'a göre, Karayipler'deki perakende market satışları 2019 yılına kıyasla 2020 yılında %6.25 artmıştır. Pandemi kaynaklı talep artışı, bir dizi tüketici trend değişikliği ile birlikte gelmiştir. Besleyici gıdalar, taze ürünler, doğal ve daha az işlenmiş gıdalar daha çok aranan ürünler haline gelmiştir. Bu dönemde, premium ürünlere olan talep de büyümüştür. Birçok perakendeci, bu hizmetlere olan talebi karşılamak için çevrimiçi sipariş

verme ve eve teslimat sistemlerini geliştirmiştir. Bu trendler pandemi sona erdikten sonra da etkisini sürdürmüştür. Özellikle sağlığa daha fazla odaklanmanın ve kaygı düzeyinin etkisiyle tüketicilerin daha sağlıklı gıda seçimlerine yönelmesinin devam edeceği beklenmektedir. Çoğu Karayip ülkesinin, özellikle turizm sektöründe normalleşme ile güçlü büyümelere devam edeceği belirtilebilir. Kıyılarının yakınında petrol keşfi yapılan Guyana'nın önümüzdeki yıllarda önemli ekonomik genişleme yaşaması beklenmektedir. Guyana'daki perakende sektöründeki fırsatların buna paralel olarak genişlemesi öngörülebilir.

Çizelge. Karayip Bölgesine Başlıca Tüketici Odaklı Tarımsal Ürün İhraç Eden Ülkeler (Trade Data Monitor, 2018).

Ülke	Toplam İthalat (milyon USD)	Başlıca Tedarikçiler
Trinidad & Tobago	478,355	ABD (%42), Yeni Zelanda (%9), Kanada (%5), Hollanda (%4,7)
Bahamalar	299,520	ABD (%76), Brezilya (%6), Kanad (%3), Fransa (%2)
Curacao	162,719	Hollanda (%40), ABD (%34), Brezilya (%8), Kolombiya (%5)
Aruba	136,394	ABD (%50), Hollanda (%25), Brezilya (%9), Kolombiya (%3)
Barbados	111,063	ABD (%25), Yeni Zelanda (%14), İngiltere (%8), Kanada (%6)
Bermuda	90,313	ABD (%77), İngiltere, (%6), Fransa (%3), İtalya (%2.5)
Sint Marten	86,291	ABD (%63), Hollanda (%17), Fransa (%9), Brezilya (%4)
Cayman Adaları	58,889	ABD (%74), Fransa (%10), İtalya (%4), İngiltere (%3.5)
St. Lucia	56,732	ABD (%55), İngiltere (%10), Yeni Zelanda (%6), Fransa (%5)
Antigua & Barbuda	37,546	ABD (%45), Magagaskar (%16), Brezilya (%8), Hollanda (%7)
Turks & Caicos Adaları	35,840	ABD (%87), Fransa (%6), İtalya (%1.5), Almanya (%1)
Grenada	35,840	ABD (%39), Brezilya (%19), Hollanda (%10), Yeni Zelanda (%7)
İngiliz Virgin Adaları	34,036	ABD (%72), İngiltere (%5), Hollanda (%3), Kolombiya (%3)
St. Vincent	25,384	ABD (%50), İngiltere (%22), Malezya (%4), Hollanda (%3)
St. Kitts & Nevis	23,329	ABD (%64), Brezilya (%10), İngiltere (%5), Peru (%5)
Guadeloupe	20,347	Yeni Zelanda (%23), Kolombiya (%19), Kosta Rika (%18), ABD (%12)
Domanika	19,982	ABD (%45), Hollanda (%13), Brezilya (%9), İngiltere (%7)
Martinik	14,256	Kosta Rika (%20), Yeni Zelanda (18), Kolombiya (%13), ABD (%6)
Anguilla	7,711	ABD (%82), Brezilya (55), Kanada (%3), Danimarka (%2)
Montserrat	1,771	ABD (%51), Mısır (%23), Hollanda (%11=, İngiltere (%10)

Gıda Perakendeciliği

Karayipler'de tüketici odaklı tarım ithalatının yaklaşık %55 ila %65'i perakende sektörüne yöneliktir. Karayipler'deki perakende mağazalarının raflarındaki ürünlerin çoğu ithalat ile temin edilir. Perakende gıda sektörü çeşitlilik içeren dinamik bir yapıya sahiptir ve modern süpermarketler, hipermarketler, indirim mağazaları ve benzin istasyonları gibi özellikli mağaza türlerini içerirken, aynı zamanda küçük, geleneksel perakende işletmelerini de bölgede faaldir.

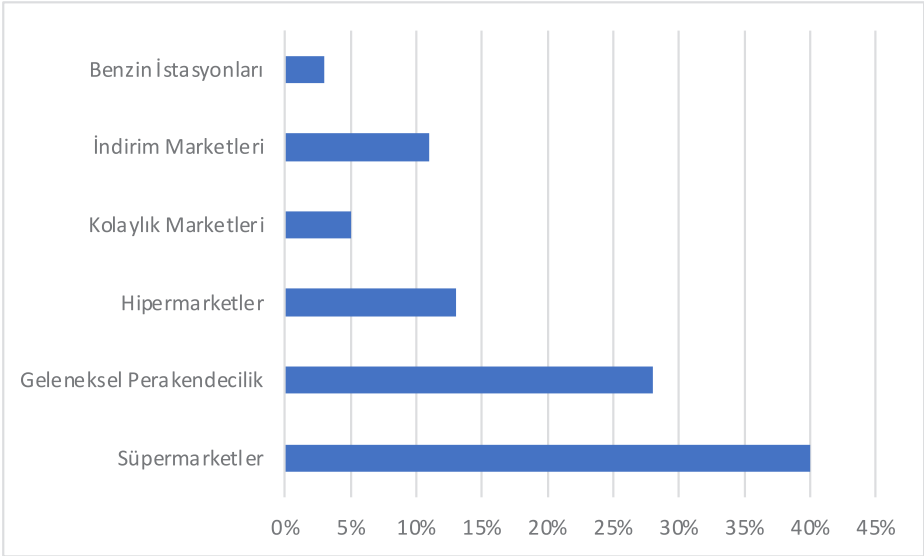
"Corner-store" gibi daha küçük perakendeciler genellikle ürünlerinin çoğunu veya tamamını yerel ithalatçı toptancılardan temin eder. Bu perakendeciler, ürün satışlarında daha yavaş dönüş yapar ve sınırlı depolama alanları vardır. Bu durum gıda ve içecek ürünlerini tedarik etmek için toptancıları tercih etmelerine neden olur. Diğer yandan sü-

permarket zincirleri genellikle hem yerel hem de yabancı merkezli satın alma ofislerine sahiptirler. İlgilendikleri ürünler için en iyi fiyatları bulmak için yabancı tedarikçileriyle yakın işbirliği yaparlar. Bu pazar segmentinde ABD-Güney Florida merkez olarak kritik bir rol oynar.

Karayipler'de bulunan uluslararası perakende zincirleri arasında IGA (ABD), Massy Stores (Trinidad ve Tobago), PriceSmart (ABD), Cost-U-Less (Kanada), Save-A-Lot (ABD), Carrefour (Fransa), Casino (Fransa) ve Albert Heijn Zeelandia (Hollanda) bulunur. Bu perakende mağazaları iyi performans gösterirken, "corner store" mağazaları, tüketicilerin temel ihtiyaçlarının büyük bir bölümünü karşılamaya devam etmektedir. Ayrıca, ulusal ve uluslararası marketler ile benzin istasyonları, tüketici gıda alımlarının küçük ancak giderek artan düzeyde gerçekleştirildikleri yerler olup, toplam perakende gıda satışlarının %5'inden fazlası bunlar aracılığıyla yapılır.

Perakende sektöründeki ilginç bir pazar nişi yat bekleme tedarikidir. Yat sahipleri, genellikle liman mağazalarına telefonla ile sipariş verirler veya belirli ihtiyaçlarına uygun yerel süpermarketlerden doğrudan satın alma yaparlar. Bu uygulama özellikle Britanya Virgin Adaları, Antigua ve Barbuda ile Trinidad ve Tobago gibi bölgelerde yaygın bulunmaktadır.

Karayip Havzası'nda gıda işleme, bölge dışındaki Dominik Cumhuriyeti ve Jamaika gibi daha büyük ülkelerde yoğunlaşmıştır. Karayipler'i kapsayan adalarda gıda üretimi sınırlıdır ve tarım sektöründe ölçek ekonomisi neredeyse yok denecek kadar azdır, bu da gıda üretiminin daha az yaygınlıkta olmasına neden olur. Trinidad ve Tobago ile Barbados'ta buğday unu, makarna ürünleri, pirinç, fırın ürünleri, soya ürünleri, süt ürünleri ve yem gibi ürünlere yönelik endüstriyel faaliyetler vardır. Bölge içindeki gıda üreticileri, hammaddelerin yaklaşık %20'sini yerel tedarikçilerden temin eder ve geri kalan %80'ini uluslararası tedarikçilerden ithal eder.



Şekil. Karayipler Bölgesinde Gıda Perakendecilik Türlerinin Pazar Payları (Euromonitor, 2020)

Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ne yakın adalardaki Karayipli tüketiciler, genellikle gıda ve içecek ürünleri satın almak için Güney Florida'ya seyahat ederler ve bu ürünleri kendi ülkelerine gönderirler. Bu özellikle Bahamalar için geçerlidir, ancak Trinidad ve Tobago gibi uzaktaki yerlerden tüketiciler de ABD'den ürün satın almak ve kendi tüketimleri yanı sıra yeniden satış yapmak için ülkelerine geri göndermek üzere seyahat ederler. Euromonitor'a göre, Karayip perakende gıda sektörü, geleneksel perakendecilerin yaklaşık olarak %90'nını oluşturduğu 16.000'den fazla satış noktası

içermektedir. Büyük ve modern süpermarketler ve hipermarketler, toplam satış noktalarının sadece %4'ünü oluşturmasına rağmen, geleneksel perakende satışlarına kıyasla toplam satış değerinin %50'den fazlasını gerçekleştirirler. İndirim mağazaları, bakkal dükkânları ve yakıt istasyonu mağazaları, perakende satışların geri kalanını oluşturur. Toplam Karayip perakende gıda satışları, pandemi dönemindeki perakende gıda talebi artışı nedeniyle 2019 yılında 8.9 milyar USD'den 2020 yılında 9.5 milyar USD'ye yükselmiştir.

Karayip'teki çoğu perakende mağazası, tek bir ülkede faaliyet gösteren bir veya iki küçük mağazadan oluşur. Ayrıca, belirli bir pazarda baskın olan çok sayıda mağazaya sahip marketlerin düşük sayıda olduğu bölgeler de vardır. Bunlara örnek olarak Turks ve Caicos Adaları'ndaki Graceway Supermarkets ve Britanya Virgin Adaları'ndaki Rite Way Supermarkets verilebilir. Ayrıca, birkaç adaya yayılmış çok sayıda mağazaya sahip büyük perakendeciler de bulunmaktadır. Bunların en büyüğü Massy Stores'tur. Beş ülkede (Trinidad ve Tobago, Barbados, St. Lucia, St. Vincent ve Grenadinler ve Guyana) 40'tan fazla mağazaya sahip bir bölgesel perakendecidir. Kardeş şirketi Massy Distribution, bölgedeki birkaç ülkede faaliyet gösteren büyük bir ithalat-dağıtım işi yapmakta ve Miami'de bir ihracat işletmesi bulunmaktadır. PriceSmart, Cost-U-Less ve Van den Tweel Supermarkets gibi uluslararası perakendeciler de birçok adada modern süpermarketler ve toptan satış mağazaları işletmektedir. Guadeloupe ve Martinique'in Fransız adalarında Fransız perakendeciler Carrefour, EcoMax ve Leader Price pazarın öne çıkan oyuncularıdır. Carrefour ayrıca Sint Maarten'de en büyük perakendecidir ve Curacao'da da bir mağazası bulunmaktadır.

Çizelge. Karayiplerde önde gelen bazı perakendeciler (ABD-FAS, 2020)

Perakendeci	Ülke	Mağaza Sayısı
Market Place	Bermuda	8
Lindo's Family Foods	Bermuda	2
Arnold's Market	Bermuda	3
Supermart	Bermuda	2
Solomon's Fresh Market	Bahamalar	2
Super Value	Bahamalar	13
Foster's	Cayman Adaları	8
Hurley's	Cayman Adaları	1
Graceway Supermarkets	Turks & Caicos	>6
Massy Stores	Trinidad & Tobago, Barbados, St. Lucia, St. Vincent, Guyana	>40
Ecomax	Guadeloupe, Martinik	36
Leader Price	Guadeloupe, Martinik	22
Carrefour	Guadeloupe, Martinik, St. Mararten, Curacao	12
Price Smart	Trinidad & Tobago, Barbados, Aruba	6
Cost-U-Less	Cayman Adaları, St. Mararten, Barbados, Curacao	4
Epicurean Fine Foods	Antigua & Barbuda	2
Super Food	Aruba	1
Ling & Sons	Aruba	1
Rite Way Food Market	İngiliz Virgin Adaları	8
CK Greaves Supermarket	St. Vincent	4
Persad's D Food King	Trinidad & Tobago	5
Xtra Foods	Trinidad & Tobago	4
JTA Supermarkets	Trinidad & Tobago	5
Tru Valu Supermarkets	Trinidad & Tobago	5

Pazara Giriş Stratejileri

Karayip, genellikle gıda ürünlerine olan ithalat talebinin büyük ölçüde esnek olmadığı bir pazardır. Bu durum önemli avantajlar sağlamaktadır. Karayipler'deki ülkeler, üretim kısıtlamaları nedeniyle çoğu gıda ihtiyacını ithal etmek zorundadır, çünkü yetersiz tarıma elverişli arazi, bazı adalarda sınırlı su kaynakları, ölçek ekonomileri olmaması ve sınırlı bir gıda üretim sektörü söz konusudur. Genellikle 4 milyon ada sakini ithal markaları oldukça iyi tanır. Karayip pazarına giriş için önce potansiyel nişleri araştırmak ve etkili bir pazarlama planı geliştirmek gerekir. Bunu yaparken, bir ithalatçı/toptancı kullanmanın avantajlarını ve dezavantajlarını farklı müşterilere doğrudan satış yapma avantajlarıyla karşılaştırmak gerekebilir. İhracatçılar için bir adadaki bir ithalatçı ve/veya toptancı ile çalışmak daha kolay olup farklı ülkelerden çoğu ihracatçı için en kolay ve tercih edilen yöntemdir.

Genel olarak, Karayip alıcıları, özellikle Güney Florida'da bulunanların, yerel limanlarına karışık konteyner yüklerinin sevkiyatı için yoğun bir şekilde konsolidatörlerden yararlanmaktadır. Bu nedenle, Karayip ithalatçılarıyla iş yapmanın önemli bir parçası, bu bölgeden bir konsolidatörle ilişki kurmak olabilir. Bermuda'ya sevkiyat için ise avantajlı nokta New York/New Jersey'dir. Bazı büyük tatil köyleri ve zincir süpermarketleri genellikle tedarikçilerden doğrudan daha büyük sevkiyatlar sipariş ederler. Orta ve küçük perakende ve gıda hizmeti işletmeleri için ise ana kaynak yerel ithalatçı ve/veya toptancılardır. Bu ithalatçı ve toptancılar, yerel standartları ve düzenlemeleri karşılamak ve en iyi dağıtım kanalını bulmak için potansiyel tedarik çileriyle ortak çalışırlar. Yerel ithalatçılar genellikle gıda ve içecek ürünleri üzerindeki değişen düzenlemeleri ve vergileri takip ederler. Karayip ithalatçıları, ABD'de gıda ve içecek ticaret fuarlarına katılır. Karayip Havzası Tarım Ticaret Ofisi, Karayipli alıcıları bu ABD ticaret fuarlarına katılmak üzere yıllık olarak yönlendirir.

Turizm, istihdam ve genel ekonomik refah açısından Karayip ekonomilerinin çoğunluğunun temelini oluşturur. Sadece Trinidad ve Tobago petrol üretimine büyük ölçüde bağımlıdır. 2018 yılında, Karayip Havzası adalarına uluslararası ziyaretçi gelişleri (23.9 milyon), yerel nüfusun (4.1 milyon) neredeyse altı katı olarak gerçekleşmiştir. Bu ziyaretçilerin gelişlerinin üçte ikisi kruvaziyer gemisi yolcularından oluşur. Özellikle 8 milyondan fazla sayıdaki bu turistler, bölgenin otel ve restoran gıda hizmeti sektöründeki tüketici-odaklı tarımsal ürünler ile gıda ve içeceklere olan talebi artırır.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Çoğu adada gıda güvenliği sorumlulukları Kamu Sağlığı Bakanlığı veya eşdeğer kurum tarafından yürütülür. Tarım Bakanlığı, genellikle kamu sağlığı ve bitki ve hayvan sağlığı açısından bitki ve hayvan ürünleriyle ilgili rol oynayabilir. Et ve tavuk ürünleri, süt ürünleri, deniz ürünleri genellikle ithalat onayı ve sağlık/menşe ülkesi belgesi gerektirir. Örneğin, menşe ülkenin bitki sağlığı belgeleri, ithal edilen taze ürünler ve bitkilerle birlikte gelmelidir. Sağlık belgeleri canlı hayvanlar ve hayvansal ürünlerle birlikte gelmelidir. Hükümet, belli ürünlerin gıda güvenliği veya bitki ve hayvan sağlığına risk oluşturduğuna karar verirse, bu ürünler kısıtlanabilir.

Çoğu Karayip ülkesi uluslararası standartları (örneğin, Codex Alimentarius standartları) takip eder ve ayrıca ürünlerde standart ABD besin değeri etiketlerini kullanır. Bununla birlikte, bazı AB Üye Devleti topraklarında, AB normlarının uygulanabilmektedir. Bu durumda örnek olarak Fransız denizaşırı bölgeleri olan Guadeloupe ve Martinik verilebilir. Bu bölgelerde gıda ve içecek ürünlerinin Fransızca etiketlenmesi, Fransız ve AB normlarına uygun olması gerekmektedir. Genel olarak, etiketleme ve diğer ürün standartlarının uygulanması çoğunlukla giriş noktasında gerçekleştirilir. Ancak perakende ve toptan seviyelerde düzenli ve rastgele denetlemeler yapılmaktadır.

Pazar ve Tüketici Trendleri

Genel olarak, Karayipler'de HRI (otel, restoran ve gıda hizmetleri) sektörünün, tüketici odaklı tarım ithalatlarının yaklaşık %35 ila %45'ini oluşturduğu tahmin edilmektedir. Euromonitor International'a göre, bölgede 3.314'ten fazla işletme bulunmaktadır. Karayipler'de bağımsız otel ve restoranlar ile belirli grup-zincir işletmelerinin sayıları ve dağılımları, bölge bazında önemli değişim göstermektedir. Bağımsız olarak işletilen restoran veya otel, gıda ve içecek ürünlerini genellikle yerel ithalatçılardan veya toptancılardan temin etme eğilimindedir. Daha büyük zincir restoranlar ve oteller ise hem dış bağlantılara sahiptir, hem de tedarikçilerinden doğrudan ithalat yapabilirler. Yerel bağımsız restoranlar özellikle Aruba, Barbados, Bermuda, Cayman Adaları, St. Martin ve Turks ve Caicos gibi ülkelerde popülerdir. Dünyanın en ünlü şeflerinden bazıları Karayipler'de çalışmaktadır. Birçok şef Avrupa'da eğitim almıştır ve bu nedenle Avrupa ürünlerine olan tercihlerini değiştirmek zor olabilir. Şeflerin yerel olarak üretilen malzemeleri kullanma konusundaki ilgisi, diğer dünya bölgelerinde olduğu gibi son zamanlarda bir trend haline gelmiştir.

Karayipler Pazarında Rekabet

ABD Karayipler'de ithal tüketici odaklı gıda ve içecek ürünleri pazarının yaklaşık %50'sini elinde bulundurmaktadır. 2020 yılında bu ülkenin bölgeye yönelik tüketici odaklı ürün ihracatı toplamda 1 milyar USD'ye ulaşmıştır. İkinci en büyük ihracatçı olan AB'nin ise aynı dönemdeki ihracatı 378,2 milyon USD olup, pazar payı yaklaşık %18'dir. Ardından Brezilya 103,3 milyon USD (%5), Yeni Zelanda 95 milyon USD (%4,6) ve Birleşik Krallık 94,6 milyon USD (%4,6) ihracat ile başlıca pazar payı sahipleridir. 2020 yılında en çok ithal edilen beş kategori süt ürünleri, tavuk eti ve ürünleri (yumurtalar hariç), fırın ürünleri/tahıllar/makarna, çorbalar ve diğer gıda müstahzarları ile kırmız et ve ürünleri olarak gerçekleşmiştir. Bu beş kategorideki ürünler, toplam tüketici odaklı ürün ithalatının %46'sına karşılık gelmiştir.

BAHAMALAR

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

BAHAMALAR

1. BAŞLICA SOSYAL GÖSTERGELER

Resmi Adı	Bahamalar
Nüfus	352.655
Dil	İngilizce (resmi), Creole (Haitian kökenliler konuşuyor)
Din	Protestant %69,9, Katolik %12, diğer Hristiyanlar %13
Etnik Yapı	Siyah %90,6 Beyaz %4,7 melez %2,1 diğer %1,9
Yüzölçümü	13.880 km2
Başkent	Nassau
Yönetim Şekli	Parlamenter Demokrasi
Devlet Başkanı	Cornelius A. SMITH
Başbakan	Hubert MINNIS
Para Birimi	Bahama Doları (BSD)

Kaynak: CIA Fact Book

2. TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

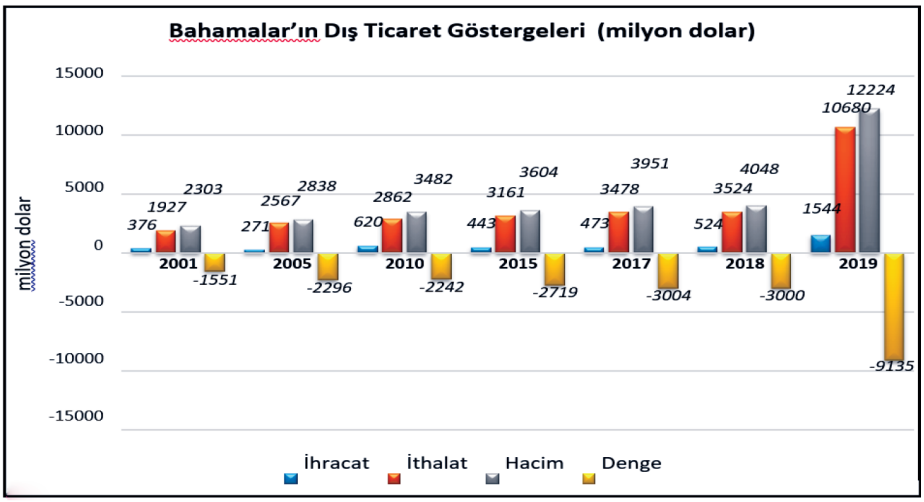
	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	13,02	13,58	11,56	12,28	13,23	14,04	14,65	15,16
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	3	1,2	-14,8	4,6	5,5	4	2,2	1,5
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- $)	34,584	35,664	30,027	31,532	33,604	35,278	36,392	37,250
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	2,3	1,3	1,8	2,1	2,4	2,3	2,2	2,2
Cari Ödemeler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-11,4	0,6	-17,5	-15,9	-12,3	-9,5	-8,3	-7,7
Devletin Genel Net Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam Yatırımların GSYİH'ya Oranı (%)	22,8	23,6	28,4	27,9	25,6	24,2	23,7	23,5
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	10,4	10,7	25,4	20,3	18	16,1	15,6	15,3
Nüfus (milyon)	0,38	0,38	0,39	0,39	0,39	0,4	0,4	0,41

Kaynak: IMF *Tahmin

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

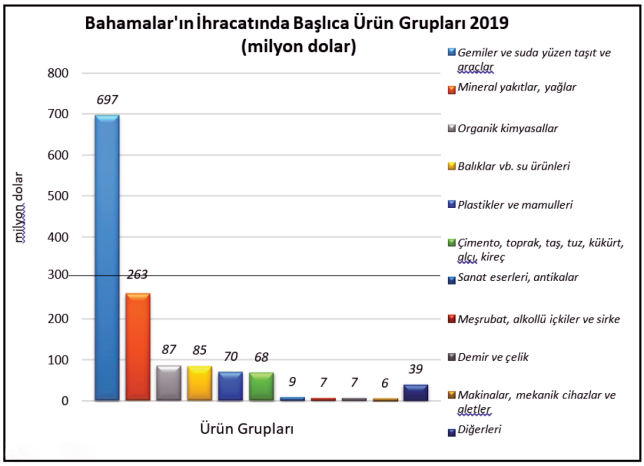
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

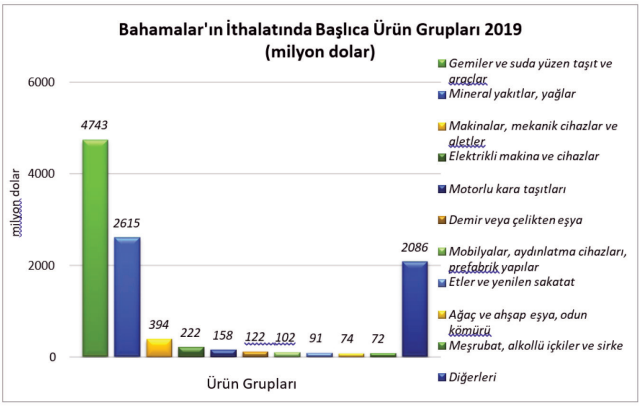
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

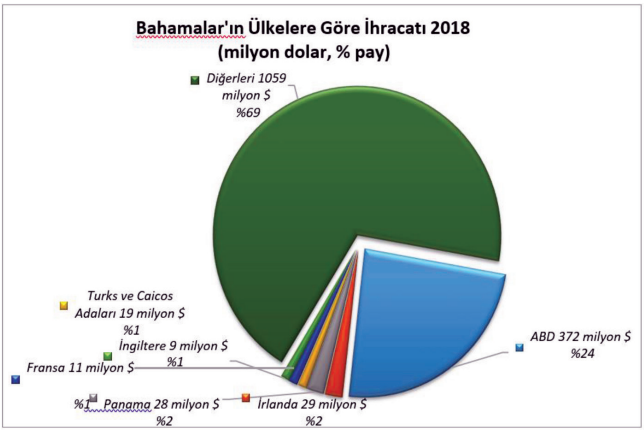
İthalat



Kaynak: Trademap

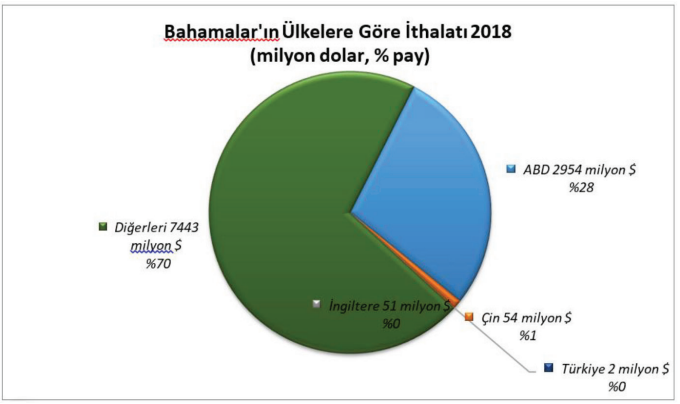
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat

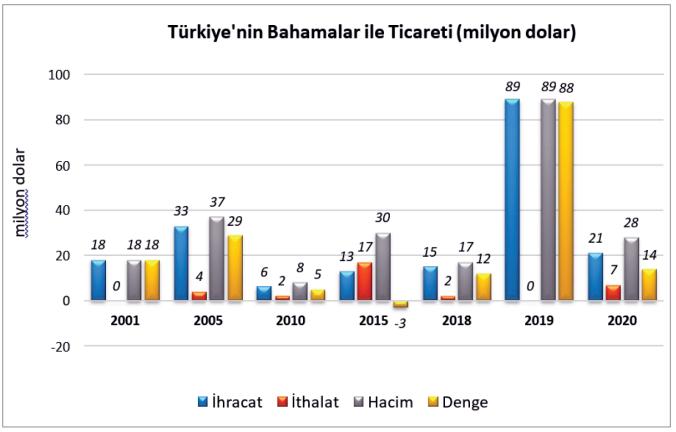


Kaynak: Trademap

4. TÜRKİYE ile TİCARET

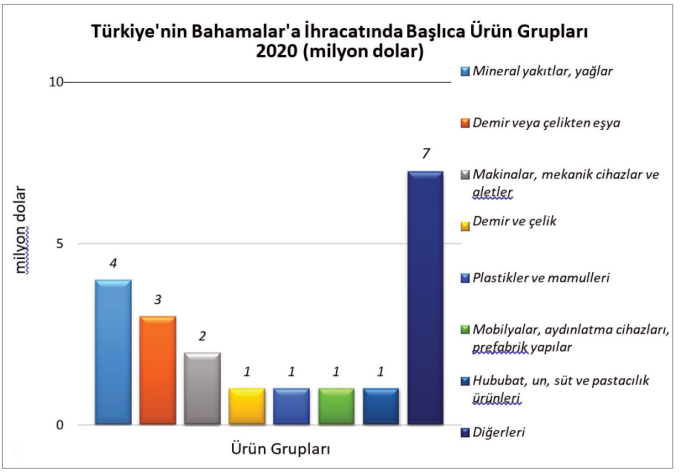
Genel Durum

Türkiye-Bahamalar Dış Ticareti



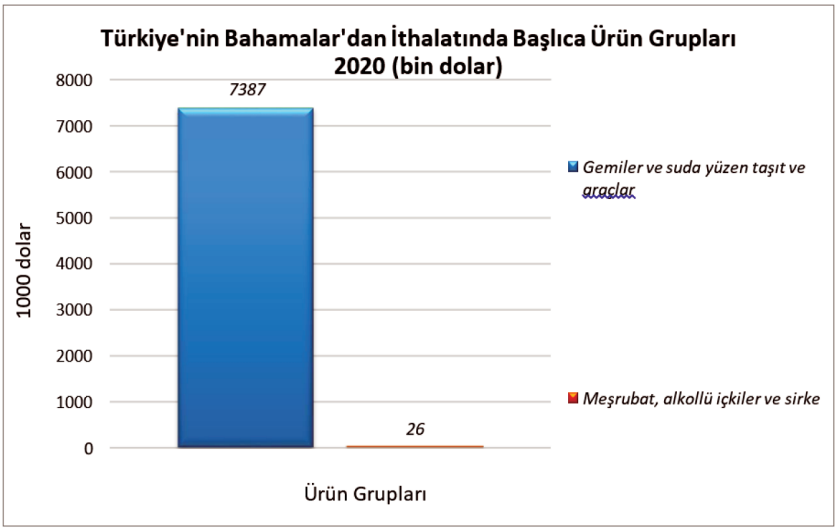
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Bahamalar'a İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Bahamalar'dan İthalatında Başlıca Ürünler



EKLER:

EK-1: Bahamalar'ın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**473 337**	**524 222**	**1 544 387**	**100**
1.	8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar ve insan veya yük taşımaya mahsus benzeri gemiler	3 958	160	631 533	40,9
2.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerdenelde edilen yağlar	72 689	101 550	150 429	9,7
3.	2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	36 836	62 765	86 652	5,6
4.	306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	80 401	76 647	79 308	5,1
5.	3903	Stiren polimerleri (ilk şekillerde)	95 068	80 984	69 229	4,5
6.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri, yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer- dalabilen sondaj ve üretim platformları	1 272	0	65 260	4,2
7.	2713	Petrol koku, petrol bitümeni ve petrol yağlarının veya bitümenli minerallerden elde edilen yağların diğer kalıntıları	0	0	45 353	2,9
8.	2707	Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler	0	0	43 831	2,8
9.	2517	Çakıl taşı, kırılmış/ezilmiş taş, çakmak veyassı iri çakıl taşı, cüruf, moloz vs.	2 431	2 816	33 482	2,2
10.	2501	Tuz, saf sodyum klorür ve deniz suyu	6 874	13 219	31 768	2,1
11.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	0	0	15 764	1
12.	9701	Tamamen elle yapılmış yağlı boya, karakalem ve pastel resimler, kolajlar vb dekoratif plakalar	908	538	8 938	0,6
13.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	3	7	7 626	0,5
14.	7204	Dökme demirin, demirin veya çeliğindöküntü ve hurdaları veya bunların eritilmesi ile elde dilmiş külçeler	378	384	6 845	0,4
15.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	196	58	6 733	0,4

Kaynak: Trademap

EK-2: Bahamalar'ın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**3 477 610**	**3 524 074**	**10 679 767**	**100**
1.	8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar ve insan veya yük taşımaya mahsus benzeri gemiler	1 041	4 063	3 415 353	32
2.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	535 808	564 994	2 297 896	21,5
3.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri, yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer-dalabilen sondaj ve üretim platformları	414	1 579	1 066 194	10
4.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	4	14	242 710	2,3
5.	8903	Yatlar ve diğer eğlence ve spor tekneleri; kürekli kayıklar ve kanolar	23 278	29 312	175 639	1,6
6.	8703	Otomobiller	130 256	94 667	96 659	0,9
7.	8906	Diğer gemiler (savaş gemileri ve kurtarma gemileri dahil, kürekli olanlar hariç)	369	19	75 133	0,7
8.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı,inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	25 194	17 401	64 853	0,6
9.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	42 033	31 295	54 168	0,5
10.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	64 141	36 305	51 582	0,5
11.	2707	Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler	31	25	47 784	0,4
12.	9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	82 613	56 044	47 347	0,4
13.	8407	Kıvılcım ile ateşlemeli içten yanmalı doğrusalveya döner pistonlu motorlar (patlamalı motor)	8 716	6 720	45 583	0,4
14.	207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	43 354	37 963	41 012	0,4
15.	8502	Jeneratörler	25 919	17 416	36 856	0,3

Kaynak: Trademap

EK-3: Bahamalar'ın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2016	2017	2018	Pay(%,2018)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**473 337**	**524 222**	**1 544 387**	**100**
1.	ABD	334 309	376 030	371 644	70,9
2.	İrlanda	204	334	28 954	5,5
3.	Panama	516	3 388	28 096	5,4
4.	Turks ve Caicos Adaları	7 333	11 482	18 801	3,6
5.	Fransa	27 626	31 129	11 384	2,2
6.	İngiltere	13 434	9 375	9 354	1,8
7.	Almanya	2 049	992	5 913	1,1
8.	Arjantin	2 959	4 107	4 023	0,8
9.	Japonya	71	31	3 474	0,7
10.	Bahamalar	0	0	3 266	0,6
11.	Brezilya	1 294	1 901	1 886	0,4
12.	Avustralya	1 146	1 693	1 882	0,4
13.	İtalya	600	451	1 670	0,3
14.	Antigua ve Barbuda	6	1 148	1 442	0,3
15.	Kosta Rika	54	189	1 328	0,3
…	…	…	…	…	…
80.	**Türkiye**	**10**			

Kaynak: Trademap

EK-4: Bahamalar'ın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2016	2017	2018	Pay(%,2018)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**3 477 610**	**3 524 074**	**10 679 767**	**100**
1.	ABD	2 454 583	2 879 942	2 954 387	83,8
2.	Çin	24 787	31 111	53 827	1,5
3.	İngiltere	22 526	21 233	50 630	1,4
4.	Japonya	51 364	54 204	36 610	1
5.	Panama	34 104	31 966	27 520	0,8
6.	İsviçre	22 457	27 323	26 590	0,8
7.	Kanada	22 793	26 795	25 997	0,7
8.	Fransa	15 727	19 483	25 653	0,7
9.	Brezilya	15 098	23 015	18 758	0,5
10.	Meksika	16 141	18 467	14 454	0,4
11.	Hollanda	13 411	26 898	12 645	0,4
12.	Dominik Cum.	9 356	13 194	12 277	0,3
13.	İtalya	7 953	10 376	10 114	0,3
14.	Kosta Rika	7 565	10 548	10 006	0,3
15.	Almanya	20 355	20 684	9 442	0,3
…	…	…	…	…	…
35.	**Türkiye**	**1 426**	**1 565**	**2 454**	**0,1**

Kaynak: Trademap

EK-5: Türkiye'nin Bahamalar'a İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**14 695**	**88 544**	**20 942**	**100**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilenyağlar	7 517	74 060	4 003	19,1
2.	7305	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular (dikişli, perçinli) (kesitleri daire şeklinde, dış çapı > 406,4 mm)	0	0	2 355	11,2
3.	7214	İnşaat demiri	0	513	1 100	5,3
4.	8421	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesineveya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar	0	6	808	3,9
5.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	506	643	578	2,8
6.	9406	Prefabrik yapılar	0	787	550	2,6
7.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	0	587	511	2,4
8.	1902	Makarnalar ve kuskus	511	564	482	2,3
9.	7326	Demir veya çelikten eşya	0	24	449	2,1
10.	8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama, eleme,tasnif, ayırma, yıkama, kırma, öğütme, yoğurma,kalıplama vb. Makinaları	0	173	304	1,5
11.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzerehazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	146	160	288	1,4
12.	3402	Yıkama, temizleme müstahzarları (sabunlar hariç)	150	260	235	1,1
13.	8481	Musluk, batarya, vana ve valfler	0	4	190	0,9
14.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar,sigarillolar ve sigaralar	0	11	183	0,9
15.	3918	Plastikten yer kaplamaları, duvar ve tavan kaplamaları	0	0	173	0,8

Kaynak: Trademap

EK-6: Türkiye'nin Bahamalar'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%,2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**2 458**	**366**	**7 414**	**100**
1.	8908	Sökülecek gemiler, suda yüzen sökülecek diğer araçlar	2 455	0	7 387	99,6
2.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	0	343	26	0,4

Kaynak: Trademap

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN BAHAMALAR'A İHRACATI

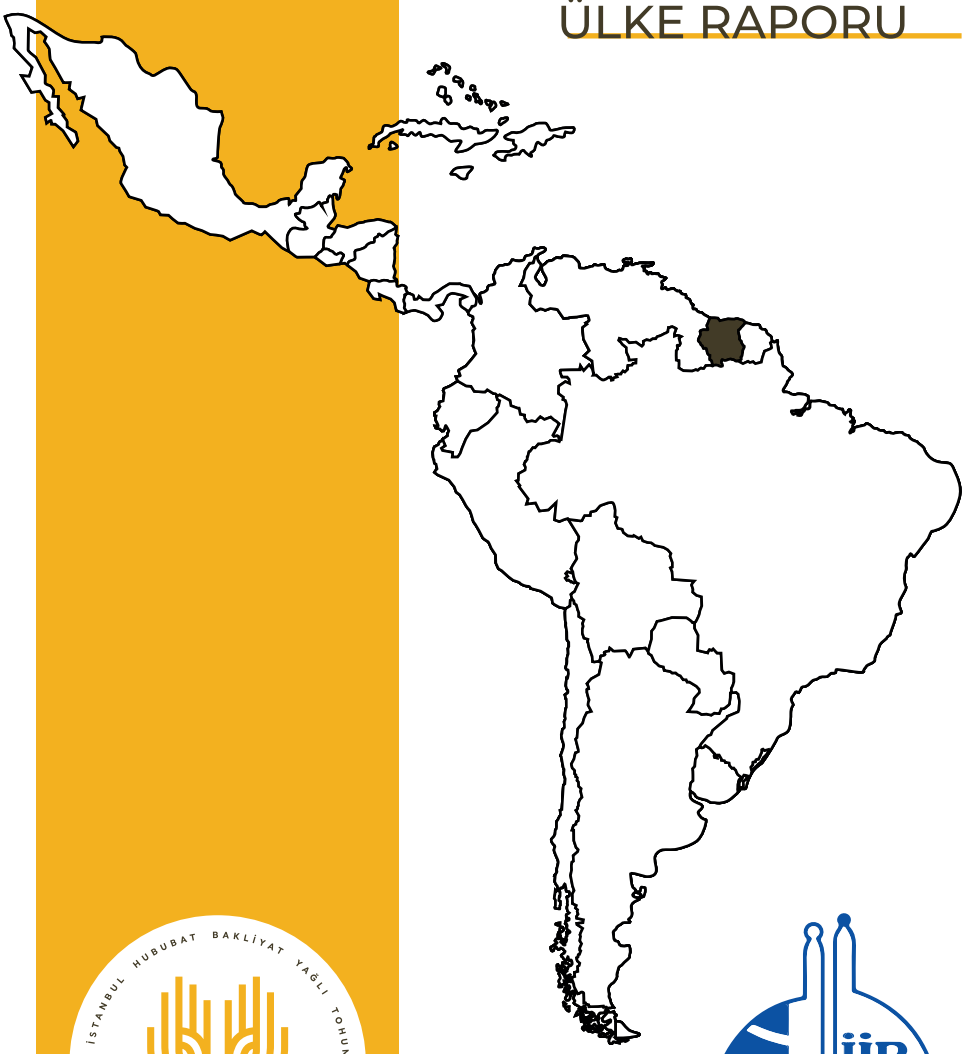
HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN BAHAMALAR'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON. REZENE. KİŞNİŞ. KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	149	
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	560	
BAHARATLAR TARÇIN	35	
BAHARATLAR ZENCEFİL.SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	64	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	4.435	
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	1.141	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BULGUR VE İRMİK (DİĞER HUBUBATTAN)	2.261	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	36	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	393	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	34.195	1.178
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI YENİLEN ÇEŞİTLİ GIDA MÜSTAHZARLARI	266.050	155.700
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	5.719	
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	4.218	
KAKAOLU MAMULLER KAKAO TOZU	727	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	840	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	591	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	767699	48.270
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	2.091	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	379	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	2.601	
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	375	
Genel Toplam	**1.094.560**	**205.148**

BAHAMALAR' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	654	706
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	19,851	22,515
Değirmencilik	13	10
Diğer Gıda Müstahzarları	130,482	145,948
Hububat	11,694	13,861
Pastacılık Ürünleri	11,241	12,455
Şeker ve Şeker Mamulleri	31,193	32,483
Un ve Unlu Mamuller	63,639	74,238
Genel Toplam	**268.767**	**302.216**

BAHAMALAR' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN$)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	203,755	227,896
2	KOSTA RİKA	6,958	6,699
3	İNGİLTERE	4,443	4,241
4	KANADA	3,358	3,448
5	DOMİNİKA	2,043	1,585
6	KOLOMBİYA	664	1,472
7	FRANSA	917	1,09
8	MEKSİKA	1,204	1,073
9	GUATEMALA	159	1,041
10	JAMAİKA	747	933
12	**Türkiye**	**563**	**750**

GUYANA

ÜLKE RAPORU



İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

GUYANA

1. BAŞLICA SOSYAL GÖSTERGELER

Resmi Adı	Guyana
Nüfus	786.559
Dil	İngilizce(resmi), Guyana Creole, Caribbean, ve Arawak, yerli dilleri (Karabian Hindi dili), Çince
Yüzölçümü	214.970 km2
Başkent	Georgetown
Başlıca Şehirleri ve Nüfusu	Georgetown (191.810), Linden (27.277), New Amsterdam (17.329)
Yönetim Şekli	Parlamenter Demokrasi
Para Birimi	Guyana Doları (GYD)

Kaynak: Economist Intelligence Unit, Country Report, CIA Fact Book, IMF

2. TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

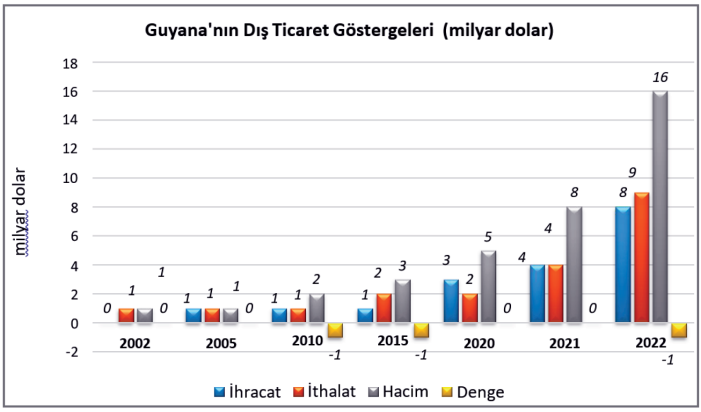
	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar - milyar $)	7,66	14,52	16,31	22,01	22,63	29,58	30,46	31,43
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	20,1	62,3	37,2	45,3	3,4	36,6	3,3	3,3
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	9 703	18 342	20 540	27 641	28 330	36 920	37 907	38 989
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	3,3	6,5	6,6	5,5	5	5	5	5
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-25,6	27,3	27,9	27,3	19	23,4	22,4	21,4
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	-	-	-	-	-	-	-	-
Nüfus (milyon)	0,79	0,79	0,79	0,8	0,8	0,8	0,8	0,81
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	43,2	27,8	29,8	24,2	24,1	18,9	18,8	18,6

(*) Tahmini Veriler Kaynak: IMF

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

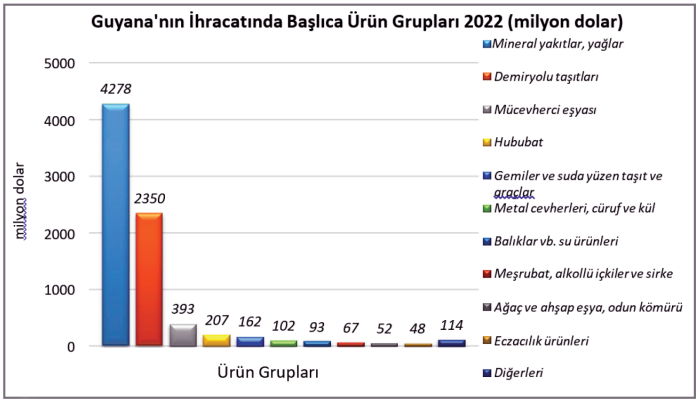
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

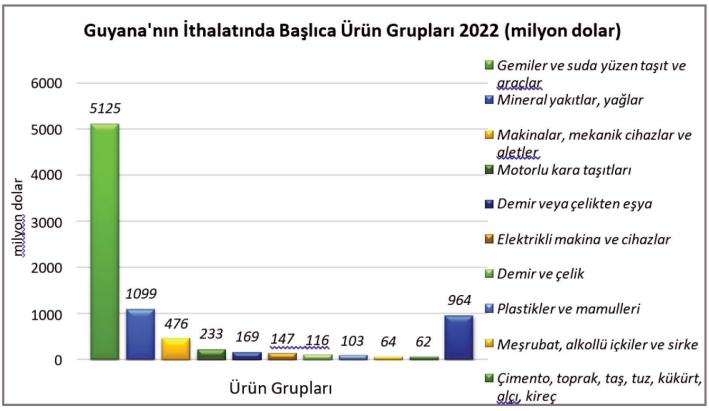
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

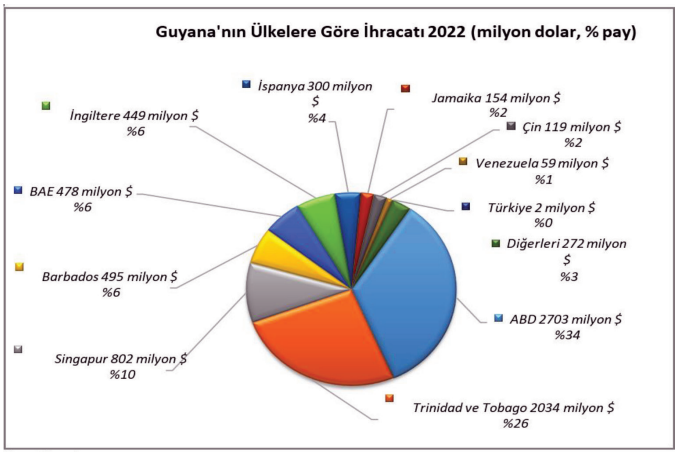
İthalat



Kaynak: Trademap

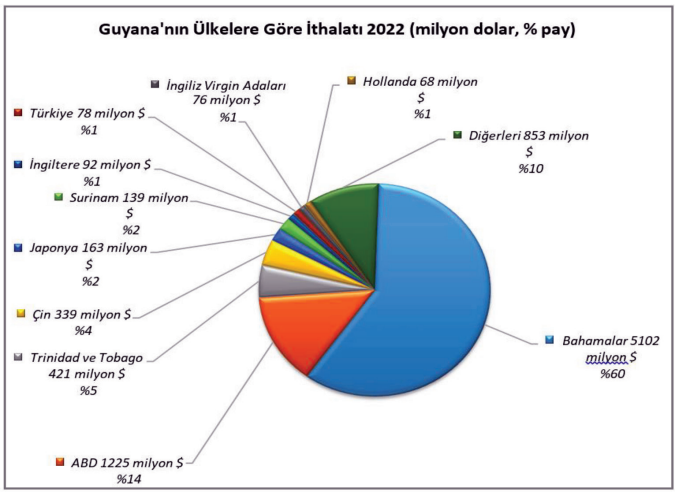
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

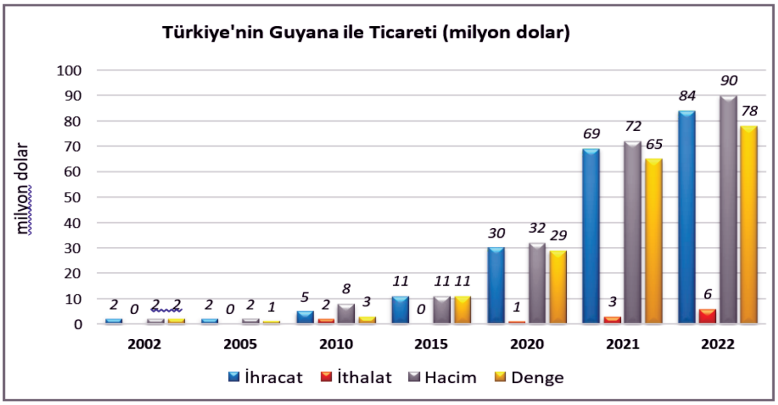
İthalat



4. TÜRKİYE ile TİCARET

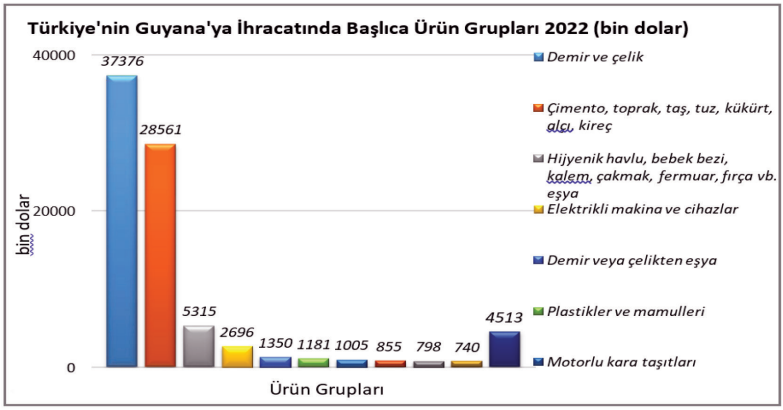
Genel Durum

Türkiye-Guyana Dış Ticareti



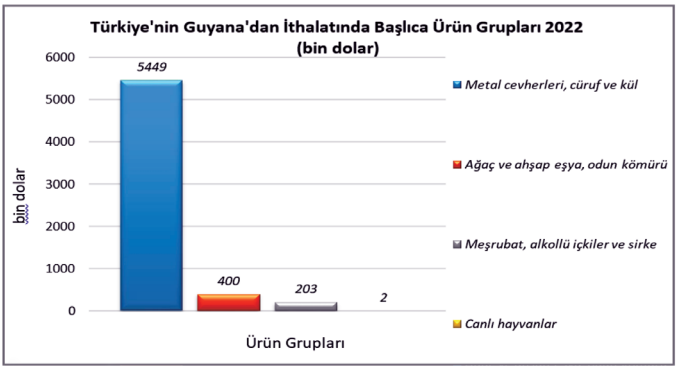
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Guyana'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Guyana'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Guyana'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**2 805 741**	**4 243 572**	**7 866 427**	**100**	**85,4**
1.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	1 105 979	2 930 691	4 275 707	54,4	45,9
2.	8609	Bir veya daha fazla taşıma şekline göre özel olarak yapılmış ve donatılmış konteynerler	251 928	176 465	2 349 651	29,9	1231,5
3.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	607 315	555 320	381 374	4,8	-31,3
4.	1006	Pirinç	258 342	207 806	207 090	2,6	-0,3
5.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri,yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer-dalabilen sondaj ve üretim platformları	100 138	5	162 265	2,1	3245200
6.	2606	Aluminyum cevherleri ve konsantreleri	79 839	79 273	99 723	1,3	25,8
7.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	36 872	45 142	60 668	0,8	34,4
8.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	28 921	22 544	52 839	0,7	134,4
9.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	103 287	36 608	47 420	0,6	29,5
10.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç; kalınlık > 6 mm	11 406	27 848	34 871	0,4	25,2
11.	8431	İş ve Maden Makinelerinin aksam ve parçaları	33 358	3 658	21 649	0,3	491,8
12.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş,tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	19 521	12 766	21 237	0,3	66,4
13.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	23 968	19 589	16 929	0,2	-13,6
14.	0305	Balıklar (kurutulmuş, tuzlanmış, salamura edilmiş veya tütsülenmiş)	2 535	987	8 406	0,1	751,7
15.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	692	2 787	7 469	0,1	168

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

EK-2 : Guyana'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**2 486 490**	**4 146 385**	**8 557 370**	**100**	**106,4**
1.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri,yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer-dalabilen sondaj ve üretim platformları	425 213	1 654 184	5 116 782	59,8	209,3
2.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	373 723	587 579	1 064 802	12,4	81,2
3.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviyemakinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirlerivb	44 718	80 002	110 623	1,3	38,3
4.	8481	Musluk, batarya, vana ve valfler	15 942	9 456	92 247	1,1	875,5
5.	8703	Otomobiller	49 775	83 219	81 536	1	-2
6.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	26 110	49 615	69 508	0,8	40,1
7.	7304	Demir (dökme demir hariç) ve çeliktenince ve kalın borular ve içi boş profiler (dikişsiz)	92 023	4 456	65 394	0,8	1367,5
8.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac,çubuk, vb.	18 455	13 325	53 431	0,6	301
9.	2523	Çimento	119 503	43 462	42 225	0,5	-2,8
10.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) vealkolsüz diğer içecekler (tatlandırıcılı,lezzetlendirilmiş)	15 402	32 855	38 749	0,5	17,9
11.	8431	İş ve Maden Makinelerinin aksam ve parçaları	70 490	39 554	33 905	0,4	-14,3
12.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa,kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	22 633	29 003	31 873	0,4	9,9
13.	7210	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri, genişlik ≥600 mm (kaplanmış)	7 738	24 726	30 186	0,4	22,1
14.	0402	Süt, krema (konsantre edilmiş, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı madde içerenler)	27 069	28 458	29 515	0,3	3,7
15.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	15 092	18 566	29 234	0,3	57,5

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

EK-3 : Guyana'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim(%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**2 805 741**	**4 243 572**	**7 866 427**	**100**	**85,4**
1.	ABD	796 692	1 780 744	2 703 102	34,4	51,8
2.	Trinidad ve Tobago	281 234	101 047	2 034 172	25,9	1913,1
3.	Singapur	125 630	698 153	802 385	10,2	14,9
4.	Barbados	136 497	280 215	494 666	6,3	76,5
5.	BAE	177 867	292 687	477 588	6,1	63,2
6.	İngiltere	84 567	292 475	448 531	5,7	53,4
7.	İspanya	7 484	7 155	300 217	3,8	4095,9
8.	Jamaika	204 757	47 658	154 115	2	223,4
9.	Çin	118 740	9 986	119 378	1,5	1095,5
10.	Venezuela	94 240	64 793	58 625	0,7	-9,5
11.	Almanya	25 706	26 244	40 678	0,5	55
12.	Portekiz	28 272	32 391	34 465	0,4	6,4
13.	St. Lucia	3 963	7 456	26 358	0,3	253,5
14.	Kanada	417 667	281 739	24 531	0,3	-91,3
15.	Hollanda	24 595	20 425	19 737	0,3	-3,4
…	…	…	…	…	…	…
33.	**Türkiye**		**2 320**	**1 628**		**-29,8**

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

EK-4 : Guyana'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**2 486 490**	**4 146 385**	**8 557 370**	**100**	**106,4**
1.	Bahamalar	0	638	5 102 145	59,6	799609,2
2.	ABD	814 392	822 085	1 224 848	14,3	49
3.	Trinidad ve Tobago	282 368	332 284	421 007	4,9	26,7
4.	Çin	212 626	278 310	338 732	4	21,7
5.	Japonya	70 802	107 011	163 305	1,9	52,6
6.	Surinam	45 738	73 773	138 752	1,6	88,1
7.	İngiltere	69 587	74 907	92 383	1,1	23,3
8.	Türkiye	34 785	61 483	78 367	0,9	27,5
9.	İngiliz Virgin Adaları	77	103	76 169	0,9	73850,5
10.	Hollanda	33 578	48 716	68 413	0,8	40,4
11.	Hindistan	21 830	57 450	61 990	0,7	7,9
12.	Brezilya	33 582	45 349	57 245	0,7	26,2
13.	İtalya	17 603	31 229	49 615	0,6	58,9
14.	Panama	30 391	33 795	49 159	0,6	45,5
15.	Meksika	31 684	34 113	44 348	0,5	30

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

EK-5 : Türkiye'nin Guyana'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**30 248**	**68 508**	**84 390**	**100**	**23,2**
1.	7214	İnşaat demiri	10 597	20 256	28 068	33,3	38,6
2.	2523	Çimento	799	11 413	17 635	20,9	54,5
3.	2511	Tabii baryum sülfat (barit), tabii baryum karbonat	3 604	7 653	10 731	12,7	40,2
4.	9619	Hijyenik havlular ve tamponlar, bebek bezleri ve benzeri hijyenik eşya	2 923	4 103	5 257	6,2	28,1
5.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	1 719	3 496	2 850	3,4	-18,5
6.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	2 572	4 806	2 802	3,3	-41,7
7.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	235	3 081	2 386	2,8	-22,6
8.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrikiletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	779	1 201	2 297	2,7	91,3
9.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	164	551	764	0,9	38,7
10.	7210	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri, genişlik ≥600 mm (kaplanmış)	202	485	735	0,9	51,5
11.	5702	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları	246	735	693	0,8	-5,7
12.	3907	Poliasetaller, diğer polieterler, epoksi reçineler, polikarbonatlar, alkit reçineler, polialiesterler, vb. (ilk şekilde)	70	409	628	0,7	53,5
13.	7306	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	276	252	627	0,7	148,8
14.	3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar	640	334	460	0,5	37,7
15.	1512	Ayçiçeği, aspir, pamuk tohumu yağları ve bunların fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	95	283	440	0,5	55,5

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

EK-6 : Türkiye'nin Guyana'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**1 401**	**3 346**	**6 055**	**100**	**81**
1.	2606	Aluminyum cevherleri ve konsantreleri	1 373	3 272	5 449	90	66,5
2.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç	0	0	400	6,6	0
3.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	27	73	203	3,4	178,1
4.	0106	Canlı diğer hayvanlar	0	0	2	0	0

Kaynak: Trademap, Guyana Verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN GUYANA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON. REZENE. KİŞNİŞ. KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	604	
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	2.881	
BAHARATLAR TARÇIN	1.323	
BAHARATLAR ZENCEFİL. SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	1.182	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	1.525.997	147.016
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	11.850	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR. ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	8.278	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	5.383	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	2.300	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	11.528	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	308.473	56.884
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	146.932	10.389
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	145.115	51.605
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	349.193	51.534
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI. UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTEHZARLAR	9.721	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	318.891	67.757
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	55.640	2.057
Genel Toplam	**2.904.925**	**387.242**

GUYANA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	5,242	5,318
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	38,256	42,983
Değirmencilik	5,389	5,655
Diğer Gıda Müstahzarları	65,392	79,011
Hububat	45,179	47,66
Pastacılık Ürünleri	2,474	2,814
Şeker ve Şeker Mamulleri	36,725	38,29
Un ve Unlu Mamuller	32,81	40,252
Genel Toplam	**231.467**	**261.983**

GUYANA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	100,638	97,983
2	TRİNİDAD VE TOBAGO	34,425	41,944
3	KANADA	1,46	10,078
4	BREZİLYA	5,457	9,577
5	HOLLANDA	7,644	9,086
6	MEKSİKA	4,695	9,035
7	KOLOMBİYA	3,751	8,808
8	GUATEMALA	10,154	5,489
9	İNGİLTERE	6,137	3,754
10	ŞİLİ	2,015	3,383
22	**Türkiye**	**1,299**	**1,26**

JAMAİKA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

JAMAİKA

1. GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Jamaika
Yüzölçümü	10,991 km2
Nüfusu	2,74 milyon (2021)
Başkenti	Kingston
Önemli Şehirleri	Montego Bay, Spanish Town, May Pen
Başbakan	Andrew Michael Holness
Yönetimi	Anayasal Monarşi
Dili	İngilizce, Patois
Dini	Hristiyan (% 56 Protestan, % 5 Katolik, % 39 Diğer)
Para Birimi	Jamaika Doları (JMD)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar:

ACP, AOSIS, CARICOM, CDB, CELAC, FAO, G-15, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITSO, ITU, LAES, MIGA, NAM, OAS, OPANAL, OPCW, Petrocaribe, UN, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UNITAR, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO,WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Jamaika, Küba'nın güneyinde, Büyük Antiller diye geçen adalarda bulunmaktadır. Konumu Karayiplerin, Karayip denizindeki, Küba'nın güneyindeki bir adadır. Haritadaki konumu, Orta Amerika ve Karayiplerdir. Yüzölçümü, 10.991 km2, sahil şeridi ise 1.022 km2'dir. İkliminde, tropikal; sıcak, nemli hava etkindir, iç kısımlarda ılıman iklim görülür. Arazisi çoğunlukla dağlıktır, kıyıda dar ovalar vardır.

Ülkenin başlıca şehirleri, başkent Kinston, Montego Bay, Spanish Town, May Pen'dir.

Siyasi ve İdari Yapı

1962 Anayasası ile ülkede İngiliz modelini esas alan bir parlamenter sistem kurulmuştur. Devletin başı olarak Kraliçe II. Elizabeth, Başbakan'ın tavsiyesi üzerine, kendisini temsil edecek Genel Vali'yi atamaktadır. Patrick Allen, 26 Şubat 2009 tarihinden bu yana Jamaika Genel Valiliği görevini yürütmektedir. Yürütme, Başbakan başkanlığındaki kabineye aittir. Jamaika demokrasi geleneği olan, ifade ve din özgürlüğü bulunan bir ülke olarak kabul edilmektedir. Jamaika Parlamentosu, Senato ve Temsilciler Meclisinden oluşmaktadır. 21 sandalyeye sahip Senato'nun üyeleri Genel Vali tarafından atanmakta, 63 üyeli Temsilciler Meclisi ise genel seçimlerle 5 yıllığına oluşturulmaktadır. Başbakan, yürütme erkinin başıdır. Bakanlar Kurulu Başbakanın tavsiyesi üzerine Genel Vali tarafından atanmaktadır.

25 Şubat 2016 tarihinde yapılan genel seçimleri %50,1 oranında oyla, Jamaika'nın en genç Başbakanı ünvanıyla Andrew Michael Holness liderliğindeki Jamaika İşçi Partisi (JLP) kazanmıştır. Başbakan Holness 3 Mart 2016 tarihinde, Başbakan tarafından atanan yeni Bakanlar Kurulu ise 7 Mart 2016 tarihinde göreve başlamıştır.

Ülkede genel seçimler her beş yılda bir yapılmakla beraber, kesin seçim tarihi seçimlerin ancak bir- iki ay öncesinde muhalefet ve iktidar partilerinin uzlaşması yoluyla belirlenmektedir.

Nüfus ve İstihdam

Jamaika'nın nüfusu 2,74 milyon olduğu tahmin edilmektedir. Halkın % 91,2'si Afrika kökenli, % 6,2'si melez %0,8'i yerli, geriye kalan % 1.8'i ise Avrupalı, Hindistanlı ve Çinlidir. Halkın büyük kısmı köylerde yaşamakta ise de, nüfusun 1/5'i başkentte bulunmaktadır. Diğer yerleşim merkezleri ise Montego Bay ve Spanish Town'dır.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	15,81	13,95	14,6	15,94	17,01	17,92	18,75	19,6
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar-%)	1	-10,2	1,5	5,7	4,4	3	2,2	2,2
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- $)	5,782	5,096	5,328	5,810	6,193	6,515	6,809	7,113
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort,%)	3,9	5,2	5	5,1	5,7	5,3	5,1	5
Cari Ödemeler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-2	-0,8	-4,1	-3,5	-3,1	-3	-2,9	-2,7
Devletin Genel Net Borçlanmasının GSYİH'yaOranı (%)	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam Yatırımların GSYİH'ya Oranı (%)	24,3	19,3	21,5	22,6	23,6	23,8	23,9	24,2
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	7,7	-	-	-	-	-	-	-
Nüfus (milyon)	2,73	2,74	2,74	2,74	2,75	2,75	2,75	2,76

Kaynak: IMF

Ülke ekonomisinin %60'ı hizmet sektörüne dayanmaktadır. Ülkeye döviz girmesindeki en önemli katkı, turizm ve madencilikten sağlanmaktadır. Ülkenin ihraç maddelerinin hemen hemen tamamını hammaddelerin oluşturması nedeniyle Jamaika ekonomisi dünya fiyatlarındaki değişikliklere karşı son derece hassastır. Jamaika devlet teşebbüsleri ve özel sektör işletmeleri ile bir karma ekonomidir. Ekonominin başlıca sektörleri tarım, madencilik, imalat, turizm, finans ve sigorta hizmetleridir. Yaklaşık 1.3 milyon yabancı turist her yıl Jamaika'yı ziyaret etmekte ve ekonomiyi canlandırmaktadır. 1980'lerin başından beri Jamaika'da özel sektör faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve kaynak tahsisinde piyasa güçlerinin rolünü artırmaya yönelik yapısal reformların uygulanması için çalışmalar yapılmaktadır.1991 yılından bu yana hükümet, enflasyonu düşürmek ve yabancı yatırım kısıtlamalarını kaldırılmayı amaçlamıştır. Kur dalgalı döviz kontrolleri kaldırarak ekonomik liberalleşme ve istikrar programı izlemiştir. Jamaika, dünya boksit ihracatında Avustralya, Çin, Brezilya ve Gine'nin ardında beşinci sırada yer almaktadır. Başlıca ticaret ortakları ABD, Trinidad ve Tobago, Çin Halk Cumhuriyeti, Japonya, Meksika, Kanada, Hollanda, Rusya Federasyonu ve Birleşik Krallık'tır.

Avrupa Birliği ve ACP ülkeleri (Afrika-Caribbean-Pacific) arasında imzalanan Cotonou Anlaşması Jamaika dış ticaretinin en önemli unsurudur.

Ekonominin yapısal sorunları halen çözüm beklemektedir. Yüksek faiz oranları, büyük dış ticaret açığı, yüksek işsizlik oranları, döviz fiyatlarında istikrarsızlık, büyüyen iç borç ülkenin çözüm bekleyen sorunlarının başında gelmektedir. Ekonomideki bu

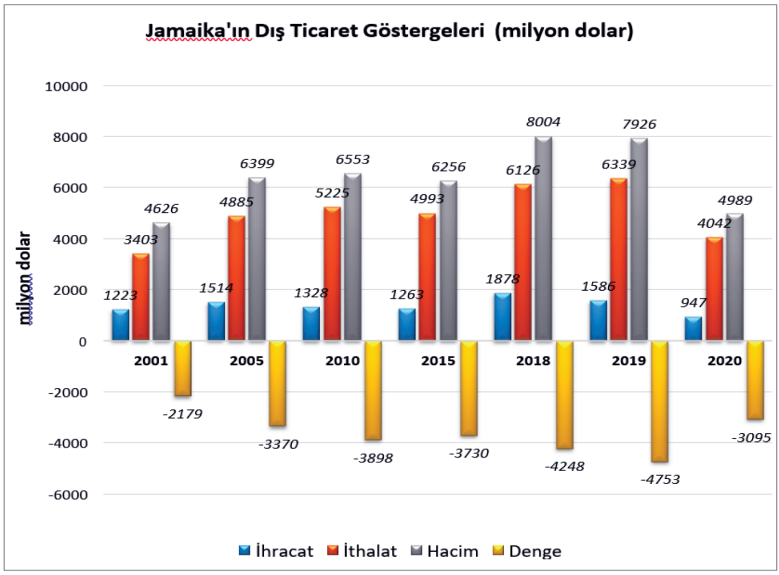
çarpıklıklar sosyal sorunları da beraberinde getirmiştir. Ülkede bozulan asayiş, organize suç, uyuşturucu kaçakçılığı ve uyuşturucu kullanımının yaygınlaşması ve silah kaçakçılığı büyük sorunlar teşkil etmektedir.

Jamaika'nın ekonomik gelişimi küresel kriz sonrasında oldukça yavaş olarak değerlendirilmektedir. Ancak; inşaat, tarım, turizm ve telekomünikasyon gibi birçok sektörün gelişimi oldukça dinamik olup bu sektörlere yönelik yatırım ve ticaret fırsatları bulunmaktadır.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

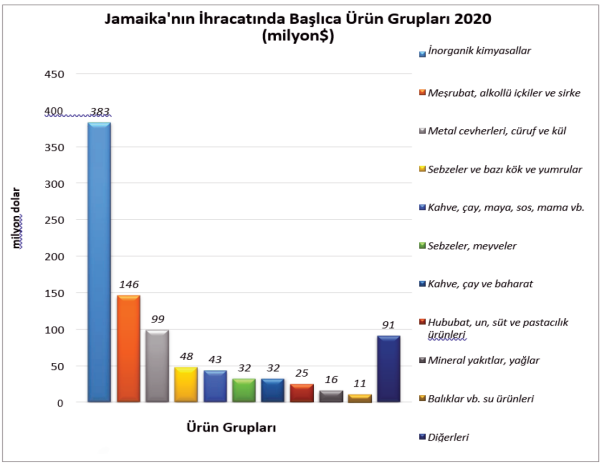
Jamaika önemli ölçüde dış ticarete bağımlıdır. Boksit ve alüminyum oksit ülkenin ihracat konusunda en önemli kaynaklarıdır. Jamaika Avustralya'dan sonra en büyük ikinci boksit yataklarına sahiptir. Diğer önemli ihraç ettiği ürünler şeker, muz, kahve, tütün ve kimyasallardır. Jamaika'nın en önemli ticaret ortağı ABD'dir. ABD, Jamaika'nın ithalatı ve ihracatının %40'ını oluşturmaktadır.

Jamaika petrol ve gıda ürünlerinde dışa bağımlı olduğundan dolayı sürekli dış ticaret açığı vermektedir. Jamaika'nın 2018 yılında 1,9 milyar USD olan ihracatı 2019 yılında 1,6 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. İthalatı ise 2018 yılında 6,1 milyar USD, 2019 yılında da 6,3 milyar USD olmuştur. Jamaika'nın 2020 yılı ihracatı 947 milyon USD ithalatı da 4 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Jamaika'nın ithalatında başlıca ürünler petrol yağları, binek otolar ve kamyon kamyonet, ilaçlar, plastik ürünler, gıda ürünleri ve mobilyalardır.

Toplam ticaretinin %40'ını oluşturan ABD, ülkenin en önemli ticaret partneri olup, mal ithalatının %45'i ve mal ihracatının %35'i ABD ile gerçekleştirilmektedir. ABD'nin ülkenin dış ticaretindeki yoğunluğunun en büyük nedenleri arasında coğrafi yakınlık, ABD menşeli ürün/hizmet kalitesi ve satış sonrası hizmetler yer almaktadır.

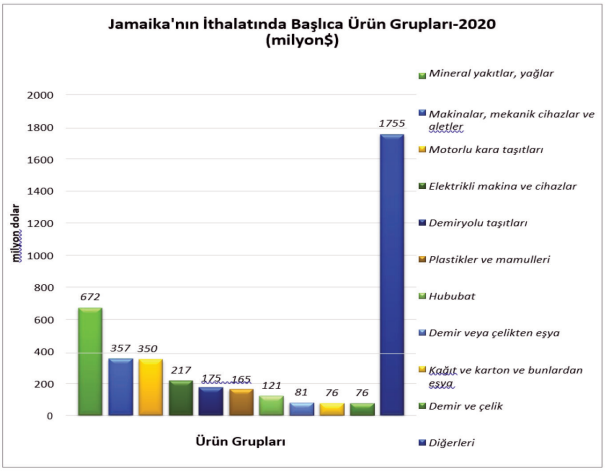
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

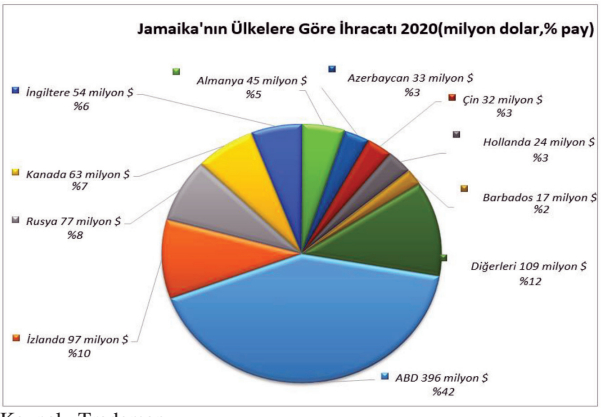
İthalat



Kaynak: Trademap

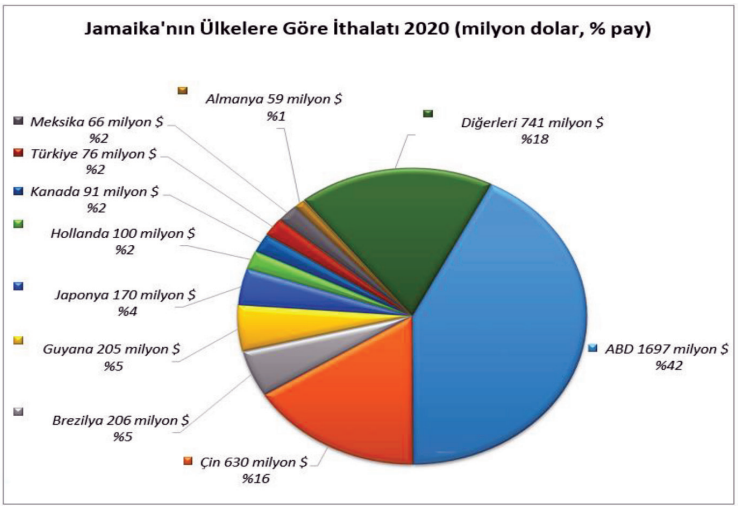
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Jamaika; İngilizce konuşan nüfusu, düşük işgücü maliyetleri, iş gücü kalitesi, Latin Amerika, ABD ve Panama Kanalı'na yakınlığı, doğal kaynakların zenginliği ve gelişmekte olan altyapısı ile yatırım fırsatları bulundurmaktadır.

Jamaika'da endüstriyel tarım, meşrubat ve tütün, mobilya, yat inşası, biyoteknolojik ürünler, kimyasal ve mineraller, enerji, başta film ve müzik olmak üzere eğlence sektörü, bilgi ve iletişim teknolojileri, güvenlik hizmetleri, altyapı, madencilik, turizm, yenilenebilir enerji ve gayrimenkul sektörlerinde yatırım fırsatı bulunmaktadır.

Jamaika firmaları ile turizm, inşaat, gemi sanayi ve gıda sektöründe joint venture türü işbirliği imkanları mevcut olup, Türk işadamlarının coğrafik, kültürel ve ticari konumu nedeniyle Jamaika kanalıyla Karayip ve Orta Amerika pazarlarına ulaşabilme imkanı bulunmaktadır.

Jamaika'da yeni kurulan serbest bölgelerde imalat yaparak çevre adalara kolayca ulaşabilme imkanı bulunmakta olup ve anılan bölgelerde imal edilen ürün/hizmetlerin CARICOM ülkelerine vergisiz girişi söz konusudur.

Ülkedeki büyük yatırım projeleri arasında büyük ölçekli oteller, havalimanı, liman ve otoyol yapımı bulunmakta ve kumarhane işletmeciliğinin de gelişim göstereceği düşünülmektedir.

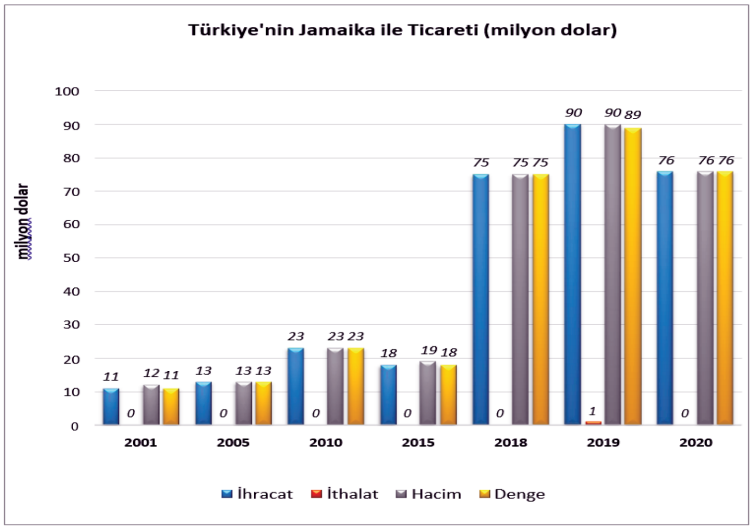
5.TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

Ülkemiz ile Jamaika arasındaki ilişkiler, coğrafi uzaklık ve her iki ülkenin uzun yıllar daha çok kendi bölgeleri üzerinde yoğunlaşması nedeniyle oldukça sınırlı kalmıştır. Ancak, son yıllarda ivme kazanan Latin Amerika ve Karayipler bölgesine açılım politikamız kapsamında bölgeye daha çok ilgi gösterilmesi, bölgede yeni Büyükelçilikler açılması, TİKA kanalıyla kalkınma ve teknik işbirliği projeleri yürütülmeye başlanması ve bölgesel örgütler ile kurumsal ilişkiler kurulması, diğer bölge ülkeleri gibi Jamaika'yı da içermektedir.

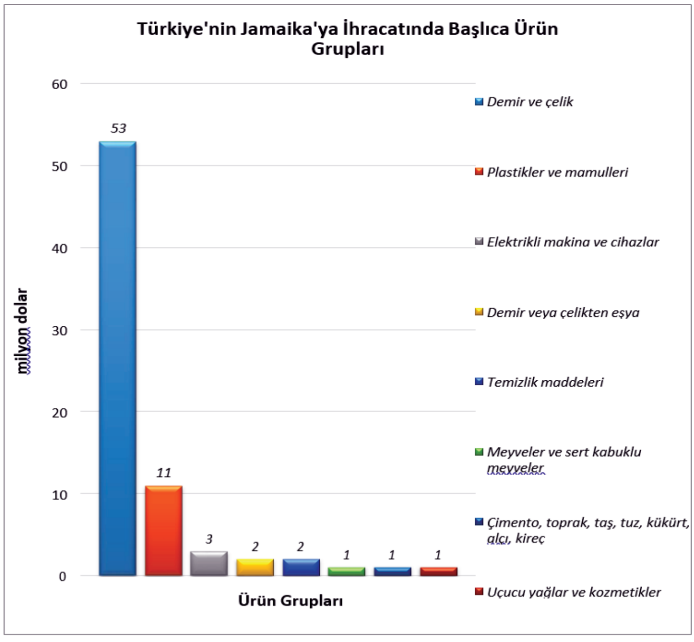
Jamaika ile siyasi ilişkilerimiz genelde uluslararası örgütler üzerinden olmakta, konsolosluk ve ticari konular karşılıklı Fahri Başkonsoloslarımızın yardımlarıyla sürdürülmektedir. Jamaika Fahri Konsolosumuz, Jamaikalı işadamı Arnold Foote'dir. Jamaika'nın İstanbul Fahri Başkonsolosluğunu ise 2000 yılından bu yana Aykut Mehmet Eken isimli işadamımız yapmaktadır. Jamaika'ya Havana Büyükelçiliğimiz akreditedir.(Kaynak:www.mfa.gov.tr)

Türkiye-Jamaika Dış Ticareti



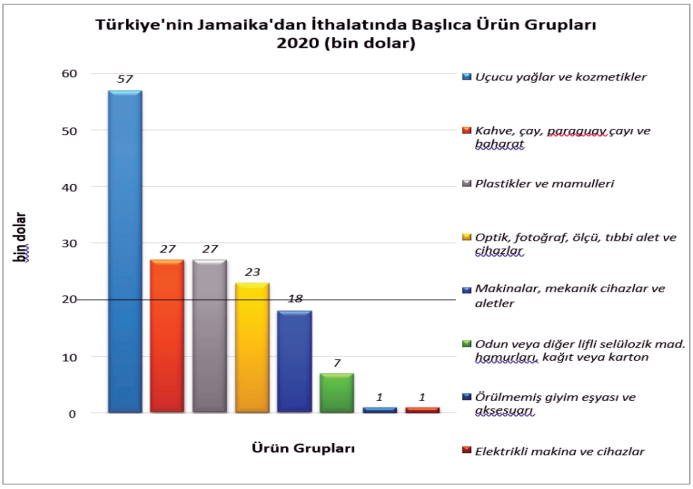
Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin Jamaika'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Jamaika'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Jamaika'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**1 878 239**	**1 586 351**	**947 266**	**100**	**-40,3**
1.	2818	Suni korundum, aluminyum oksit ve aluminyum hidroksit	1 056 216	748 761	383 084	40,4	-48,8
2.	2606	Aluminyum cevherleri vekonsantreleri	100 067	90 053	99 091	10,5	10
3.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	53 444	64 117	85 221	9	32,9
4.	0714	Manyok, ararot , salep, yer elması ,tatlı patates ve benzeri kök ve yumrular, sagu özü	35 018	36 222	45 137	4,8	24,6
5.	2103	Soslar ve müstahzarları; çeşni/lezzet verici karışımlar; hardal unu, irmiği ve hazır hardal	20 233	23 950	28 569	3	19,3
6.	2203	Biralar (malttan)	27 103	25 079	25 790	2,7	2,8
7.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	19 540	22 284	24 133	2,5	8,3
8.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	17 397	15 052	21 534	2,3	43,1
9.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüz diğer içecekler (tatlandırıcılı, lezzetlendirilmiş)	14 053	15 218	13 766	1,5	-9,5
10.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	277 807	295 207	13 715	1,4	-95,4
11.	2206	Fermente edilmiş diğer içkiler (elma, armut, bal şarabı vs.)	1 775	809	13 261	1,4	1539,2
12.	2008	Yer fıstığı ve diğer kabuklu yemiş ve meyve konserveleri	16 781	20 732	11 998	1,3	-42,1
13.	2005	Konserve Sebze (Bezelye, patates,zeytin, fasulye vb.)	3 044	2 493	11 887	1,3	376,8
14.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş,kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	6 668	7 364	9 571	1	30
15.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	4 933	5 076	9 404	1	85,3

Kaynak: Trademap

EK-2 : Jamaika'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**6 125 969**	**6 339 233**	**4 041 804**	**100**	**-36,2**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	981 733	897 543	378 365	9,4	-57,8
2.	8703	Otomobiller	320 021	374 272	229 333	5,7	-38,7
3.	8609	Bir veya daha fazla taşıma şekline göre özel olarak yapılmış ve donatılmış konteynerler	3 716	4 134	172 455	4,3	4071,6
4.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	516 499	634 621	155 760	3,9	-75,5
5.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	101 153	125 742	120 654	3	-4
6.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	155 190	154 308	58 085	1,4	-62,4
7.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optic okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	45 546	49 105	57 463	1,4	17
8.	7214	İnşaat demiri	2 283	2 001	54 978	1,4	2647,5
9.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	102 726	127 779	53 977	1,3	-57,8
10.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	67 404	77 403	52 786	1,3	-31,8
11.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	75 068	81 774	51 117	1,3	-37,5
12.	1005	Mısır	51 192	62 358	49 814	1,2	-20,1
13.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	58 380	60 037	45 176	1,1	-24,8
14.	1001	Buğday ve mahlut	42 260	48 580	44 144	1,1	-9,1
15.	2815	Sodyum hidroksit (kostik soda), potasyum hidroksit (kostik potas), sodyum veya potasyumun peroksitleri	210 115	105 675	40 072	1	-62,1

Kaynak: Trademap

EK-3 : Jamaika'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**1 878 239**	**1 586 351**	**947 266**	**100**	**- 30**
1.	ABD	393 108	407 252	396 397	41,8	-2,7
2.	İzlanda	99 837	130 292	96 621	10,2	-25,8
3.	Rusya	116 497	88 727	77 199	8,1	- 13
4.	Kanada	109 487	85 556	63 306	6,7	- 26
5.	İngiltere	53 147	48 669	54 442	5,7	11,9
6.	Almanya	136 472	191 387	44 736	4,7	-76,6
7.	Azerbaycan	0	63 120	32 736	3,5	-48,1
8.	Çin	76 265	29 255	31 801	3,4	8,7
9.	Hollanda	9 313	13 974	24 120	2,5	72,6
10.	Barbados	12 724	14 145	16 747	1,8	18,4
11.	Japonya	14 205	10 247	13 420	1,4	31
12.	Fransa	68 638	23 594	11 602	1,2	-50,8
13.	Guyana	9 836	19 513	11 455	1,2	-41,3
14.	İspanya	1 375	936	7 049	0,7	653,1
15.	Tayvan	10 694	8 486	5 875	0,6	-30,8
…	…	…	…	…	…	…
47.	**Türkiye**	**414**	**1 080**	**160**		**-85,2**

Kaynak: Trademap

EK-4 : Jamaika'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**6 125 969**	**6 339 233**	**4 041 804**	**100**	**-20,8**
1.	ABD	2 610 947	2 498 726	1 696 606	42	-32,1
2.	Çin	584 454	670 393	630 442	15,6	- 6
3.	Brezilya	73 490	74 926	206 461	5,1	175,6
4.	Guyana	59 428	64 641	205 349	5,1	217,7
5.	Japonya	246 260	252 614	169 827	4,2	-32,8
6.	Hollanda	82 150	73 156	100 199	2,5	37
7.	Kanada	101 792	102 810	91 172	2,3	-11,3
8.	Türkiye	75 068	91 302	76 290	1,9	-16,4
9.	Meksika	109 597	93 902	65 703	1,6	- 30
10.	Almanya	117 703	70 297	58 930	1,5	-16,2
11.	Hindistan	55 005	56 614	57 647	1,4	1,8
12.	Tayland	83 128	59 041	55 664	1,4	-5,7
13.	Kosta Rika	59 715	64 590	53 898	1,3	-16,6
14.	İngiltere	71 011	71 653	52 703	1,3	-26,4
15.	İspanya	84 031	80 832	46 246	1,1	-42,8

Kaynak: Trademap

EK-5 : Türkiye'nin Jamaika'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay(%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**75 068**	**89 971**	**76 289**	**100**	**-15,2**
1.	7214	İnşaat demiri	47 514	58 513	49 112	64,4	-16,1
2.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme,tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	13 293	14 968	10 682	14	-28,6
3.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	1 619	3 420	2 753	3,6	-19,5
4.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	2 100	1 043	2 432	3,2	133,2
5.	3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar	1 383	1 248	1 612	2,1	29,2
6.	7321	Demir veya çelikten sobalar, mutfak sobave ocakları, barbekü, mangal, gaz ocakları vb ile bunların aksam ve parçaları	0	801	1 249	1,6	55,9
7.	806	Üzümler (taze/kurutulmuş)	1 409	1 615	1 138	1,5	-29,5
8.	2523	Çimento	52	33	1 085	1,4	3187,9
9.	3305	Saç müstahzarları	513	501	559	0,7	11,6
10.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	1 219	2 274	552	0,7	-75,7
11.	7212	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlikleri 600 mm.den az ve kaplanmış olanlar)	414	477	467	0,6	-2,1
12.	7227	Diğer alaşımlı çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	288	0	449	0,6	0
13.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac,çubuk, vb.	68	0	427	0,6	0
14.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozik için küp şeklinde taşlar, granüller	488	486	319	0,4	-34,4
15.	7306	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	139	210	286	0,4	36,2

Kaynak: Trademap

EK-6 : Türkiye'nin Jamaika'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**414**	**505**	**160**	**100**	**-68,3**
1.	3301	Uçucu yağlar, rezinoitler, ekstraksiyonla elde edilen yağ reçineleri ve terpenli yan ürünler, çözeltiler	32	17	57	35,6	235,3
2.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi biroranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	4	5	27	16,9	440
3.	3915	Plastikten döküntü, kalıntı ve hurdalar	0	33	27	16,9	-18,2
4.	9014	Pusulalar; diğer seyrüsefer aletve cihazları	0	0	23	14,4	0
5.	8421	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar	0	0	16	10	0
6.	4707	Kağıt ve karton döküntü vekırpıntıları	196	197	7	4,4	-96,4
7.	6203	Erkekler ve erkek çocuk içintakım elbise, takım, ceket,blazer, pantolon, tulum ve şort (yüzme kıyafeti hariç)	0	0	1	0,6	0
8.	8443	Baskı yapmaya mahsus makinalar; kopyalama ve faksmakinaları; bunların aksam,parça ve aksesuarları	0	0		0,6	0
9.	8473	84.69 ila 84.72 pozisyonlarındaki makina ve cihazlarda kullanılmaya elverişliaksam-parça-aksesuarlar (kutu,kılıf vb)	0	0		0,6	0
10.	8529	Sadece veya esas itibariyle 85.25 ila 85.28 pozisyonlarındayer alan cihazlara mahsus aksam ve parçalar	0	0		0,6	0

Kaynak: Trademap

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN JAMAİKA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	19.413	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	92.281	8.272
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	9.093	70.966
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	271.541	47.969
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	22.856	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE	38.968	
DİĞER EKMEKÇİ MAM.		
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	507.641	69.059
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	354.832	65.052
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	379.968	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	330.309	56.073
Genel Toplam	**2.026.901**	**317.390**

JAMAİKA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	11,535	10,373
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	68,899	95,14
Değirmencilik	58,613	80,826
Diğer Gıda Müstahzarları	312,78	370,282
Hububat	200,848	264,845
Pastacılık Ürünleri	8,017	7,219
Şeker ve Şeker Mamulleri	97,797	135,991
Un ve Unlu Mamuller	85,413	97,746
Genel Toplam	**843.902**	**1.062.422**

JAMAİKA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	395,138	472,989
2	TRİNİDAD VE TOBAGO	43,049	55,668
3	MEKSİKA	21,317	36,131
4	GUATEMALA	29,098	35,164
5	HOLLANDA	29,483	30,513
6	ARJANTİN	5,207	29,78
7	GUYANA	21,572	29,208
8	SURİNAM	25,63	23,251
9	URUGUAY	21,44	23,186
10	BREZİLYA	8,065	20,944
35	**Türkiye**	**713**	**1,706**

SAINT LUCIA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

SAINT LUCIA

1. BAŞLICA SOSYAL GÖSTERGELER

Resmi Adı	Saint Lucia
Nüfus	166.637
Dil	İngilizce
Din	Katolik %61,5 Protestan %25,5 diğer Hristiyanlar %3,4 Rastafari %1,9
Etnik Yapı	Siyah/Afrika Kökenli %85,3 melez %10,9 Doğu Hint %2,2 diğer%1,6
Yüzölçümü	616 km2
Başkent	Castries
Yönetim Şekli	Parlamenter Demokrasi
Devlet Başkanı	Neville Cenac
Başbakan	Allen Chastanet
Para Birimi	Doğu Karaibler Doları (XCD)

Kaynak: CIA Fact Book

2. TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

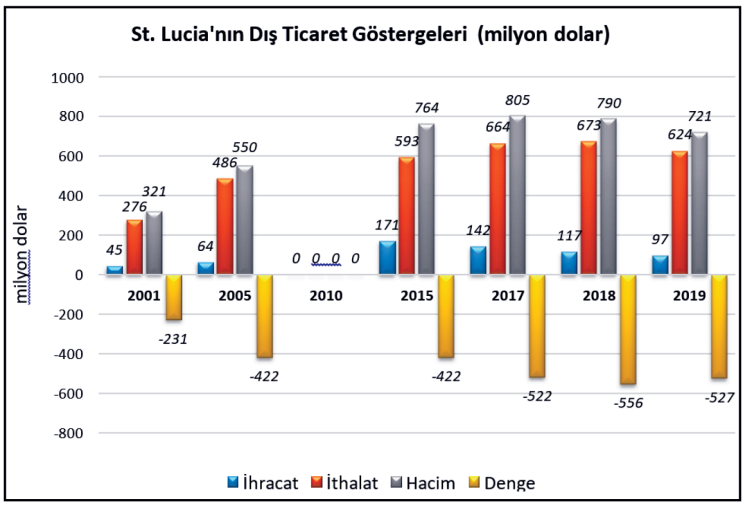
	2018	2019	2020	2021*	2022*	2023*	2024*	2025*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	2,07	2,12	1,77	1,94	2,09	2,23	2,32	2,41
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	2,6	1,7	-16,9	7,2	5,9	4,6	1,8	1,8
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- $)	11,561	11,803	9,780	10,636	11,422	12,112	12,502	12,906
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	2,4	0,5	0,3	2,1	2	2	2	2
Cari Ödemeler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	2,2	5,3	-16,8	-9,3	-3,2	-0,8	-0,6	-0,3
Devletin Genel Net Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı(%)	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam Yatırımların GSYİH'ya Oranı(%)	21,3	21,3	26,2	25,9	24,6	22	20,9	20,9
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı(%)	-	-	-	-	-	-	-	-
Nüfus (milyon)	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,19	0,19

Kaynak: IMF *Tahmin

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

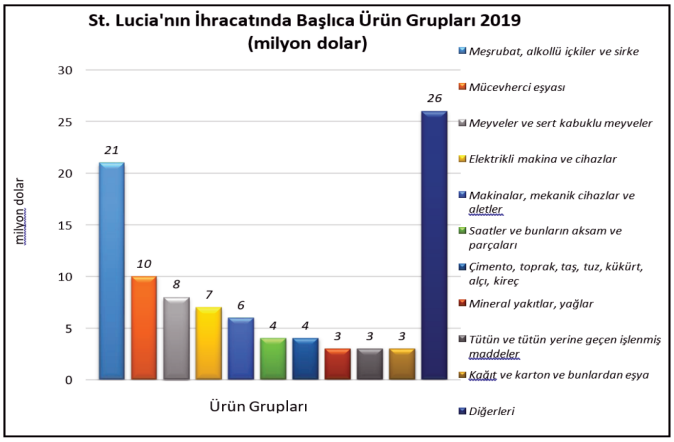
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

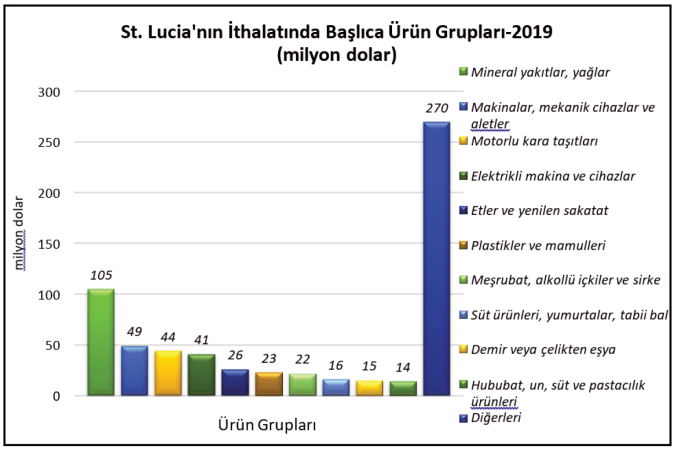
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

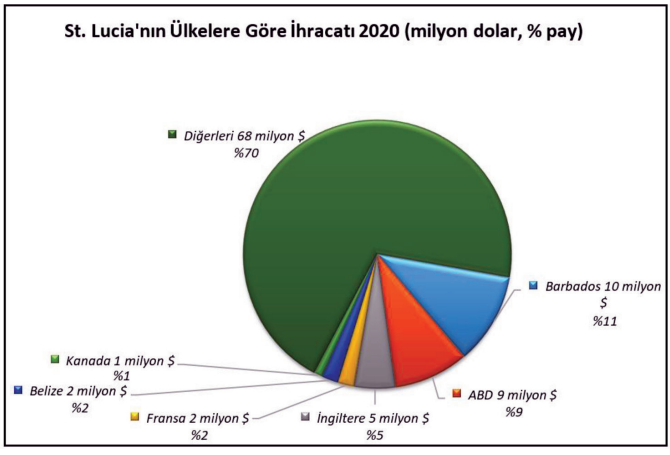
İthalat



Kaynak: Trademap

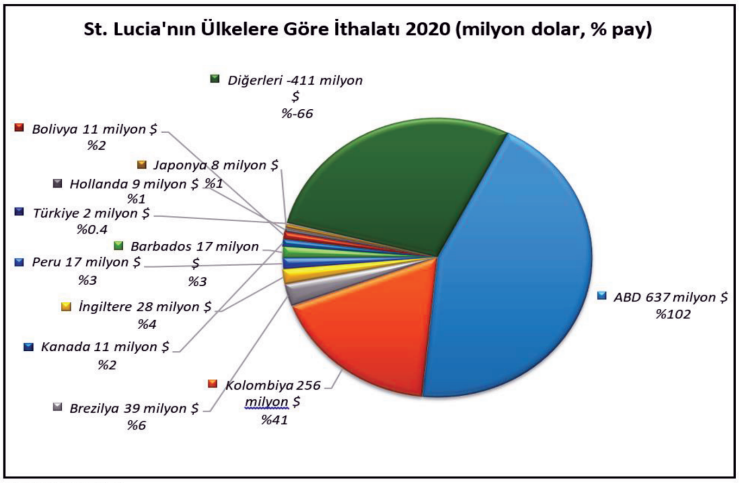
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat

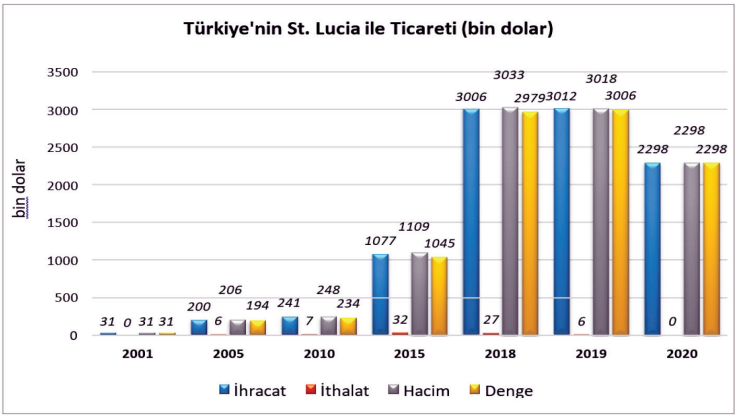


Kaynak: Trademap

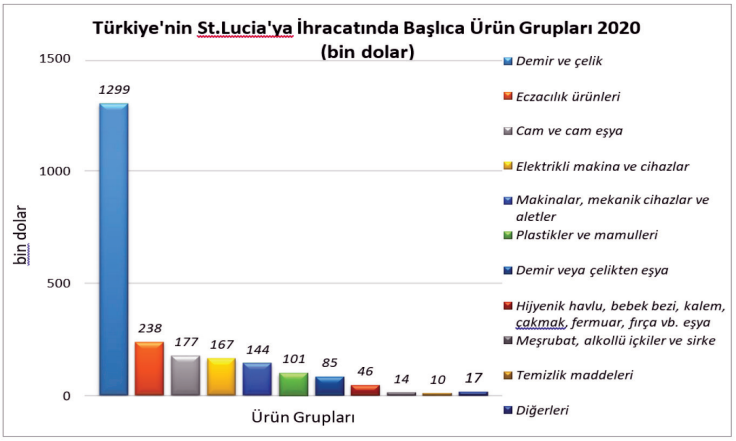
4. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

Türkiye-St. Lucia ile Dış Ticareti



Türkiye'nin Saint Lucia'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Saint Lucia'dan İthalatında Başlıca Ürünler

Türkiye St. Lucia'dan 2019'da 6 bin 2018'de 27 bin 2017'de 185 bin dolarlık ithalat yapmış olup, 2020 yılında herhangi bir ithalat gerçekleşmemiştir.

EKLER:

EK-1 : Saint Lucia'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**141 656**	**116 814**	**97 256**	**100**
1.	2203	Biralar (malttan)	10 681	10 500	11 799	12,1
2.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	10 790	13 930	8 917	9,2
3.	803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	8 426	9 165	7 021	7,2
4.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	7 541	6 560	5 588	5,7
5.	8426	Gemi vinçleri, diğer vinçler, hareketli kaldırma çerçeveleri, lastik tekerlekli taşıyıcılar ve vinçli yük arabaları	664	2 046	3 979	4,1
6.	2517	Çakıl taşı, kırılmış/ezilmiş taş, çakmak ve yassı iri çakıl taşı, cüruf, moloz vs.	2 454	3 673	3 591	3,7
7.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	7 955	4 032	3 411	3,5
8.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüz diğer içecekler (tatlandırıcılı, lezzetlendirilmiş)	5 207	3 265	3 407	3,5
9.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar, sigarillolar ve sigaralar	3 803	3 591	3 298	3,4
10.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	1 184	3 556	2 889	3
11.	4819	Kağıttan, kartondan, selüloz vatkadan veya selüloz lif tabakalarından kutu, mafhaza, torba vb.	4 598	2 938	2 865	2,9
12.	9101	Kol ve cep saatleri ve diğer saatler (zaman ölçen sayaçlar dahil)(zarfları kıymetli metallerden veya bunlarla kaplanmış)	1 595	6 004	2 773	2,9
13.	9102	Kol saatleri, cep saatleri ve diğer saatler(zaman ölçen sayaçları dahil) (91.01 pozisyonundakiler hariç)	2 359	2 519	1 689	1,7
14.	2309	Hayvan gıdası olarak kullanılan müstahzarlar	57	204	1 574	1,6
15.	8529	Sadece veya esas itibariyle 85.25 ila 85.28 pozisyonlarında yer alan cihazlara mahsus aksam ve parçalar	7 659	3 570	1 465	1,5

EK-2 : Saint Lucia'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**663 695**	**672 950**	**623 793**	**100**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden eldeedilen yağlar	94 338	128 760	93 747	15
2.	8703	Otomobiller	15 211	20 885	21 528	3,5
3.	207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatatı(taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	12 861	13 855	14 425	2,3
4.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	10 462	9 447	12 997	2,1
5.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	8 662	11 473	10 163	1,6
6.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	3 526	8 469	9 566	1,5
7.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	8 234	8 825	8 544	1,4
8.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	7 293	7 729	7 829	1,3
9.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	9 957	13 892	7 672	1,2
10.	2309	Hayvan gıdası olarak kullanılan müstahzarlar	4 850	7 205	7 259	1,2
11.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüz diğer içecekler (tatlandırıcılı, lezzetlendirilmiş)	6 994	7 080	7 167	1,1
12.	2523	Çimento	10 347	6 416	7 134	1,1
13.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	6 979	6 367	6 826	1,1
14.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	6 710	6 295	6 698	1,1
15.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	4 916	5 038	6 335	1

Kaynak: Trademap

EK-3 : Saint Lucia'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**141 656**	**116 814**	**97 256**	**100**
1.	Barbados	3 649	4 167	10 254	34,8
2.	ABD	26 665	14 031	9 118	31
3.	İngiltere	7 687	6 471	4 563	15,5
4.	Fransa	4 835	1 337	1 771	6
5.	Belize	1 511	1 429	1 576	5,4
6.	Kanada	186	503	749	2,5
7.	Singapur	561	746	357	1,2
8.	Rusya	77	117	237	0,8
9.	G. Kore	138	40	165	0,6
10.	Yunanistan	1	95	113	0,4
11.	Hollanda	186	259	94	0,3
12.	Tayland	375	154	92	0,3
13.	Almanya	83	69	66	0,2
14.	Kosta Rika	0	0	53	0,2
15.	İtalya	160	99	50	0,2
…	…	…	…	…	…
49.	**Türkiye**	**27**	**6**		

EK-4 : Saint Lucia'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**663 695**	**672 950**	**623 793**
1.	ABD	609 754	852 294	637 456
2.	Kolombiya	797 150	868 414	256 268
3.	Brezilya	410 755	55 791	39 175
4.	İngiltere	25 502	25 136	27 768
5.	Peru	2 305	2 652	17 231
6.	Barbados	21 173	17 315	16 887
7.	Kanada	6 487	6 547	10 599
8.	Bolivya	35 196	21 483	10 517
9.	Hollanda	7 726	9 930	8 855
10.	Japonya	12 722	13 344	7 540
11.	Fransa	9 522	7 313	6 829
12.	Tayland	7 831	7 581	4 978
13.	İtalya	3 213	2 771	4 798
14.	Almanya	4 094	3 315	3 510
15.	İspanya	2 250	2 493	2 385
…	…	…	…	…
16.	**Türkiye**	**3 006**	**3 012**	**2 255**

EK-5 : Türkiye'nin Saint Lucia'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**3 006**	**3 012**	**2 298**	**100**
1.	7214	İnşaat demiri	2 275	2 141	1 196	52
2.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzerehazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	87	196	238	10,4
3.	7010	Camdan damacana, şişe, kavanoz, çanak, ilaç tüpleri,serum ampülleri ve diğer kaplar	0	118	177	7,7
4.	8507	Elektrik akümülatörleri (bunların separatörleri dahil)	0	51	144	6,3
5.	8463	Metalleri veya sermetleri talaş kaldırmadan işlemeyemahsus diğer makinalar	0	0	140	6,1
6.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	0	0	103	4,5
7.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak,kapsül ve diğer kapama malzemeleri	153	80	90	3,9
8.	7314	Demir veya çelik tellerden mensucat, ızgara, ağ ve kafeslikler; demir veya çelikten metal depluvayye	13	65	84	3,7
9.	9619	Hijyenik havlular ve tamponlar, bebek bezleri vebenzeri hijyenik eşya	32	71	46	2
10.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	0	56	23	1
11.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüz diğer içecekler (tatlandırıcılı, lezzetlendirilmiş)	0	0	14	0,6
12.	3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar	10	11	10	0,4
13.	3921	Plastikten diğer plakalar, levhalar, yapraklar, filmler, folyeler ve şeritler	0	0	10	0,4
14.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozik için küp şeklinde taşlar, granüller	0	0	9	0,4
15.	2009	Meyve ve sebze suları	0	0	6	0,3

Kaynak: Trademap

EK-6 : Türkiye'nin Saint Lucia'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**27**	**6**		**0**	**-100**

Kaynak: Trademap

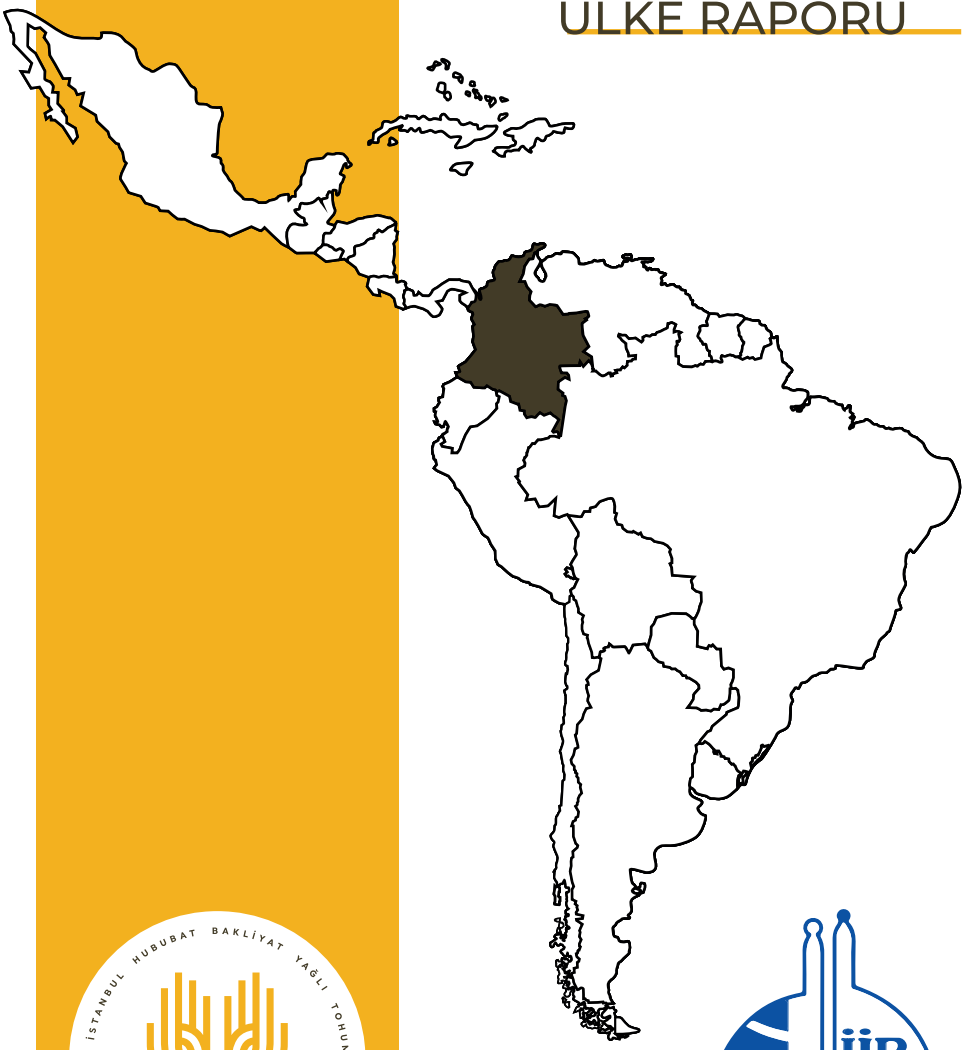
HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN SAINT LUCIA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	18.995	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	19.850	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	2.642	732
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	8.861	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	3.104	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	74.270	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	1.800	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	895	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	22.191	
Genel Toplam	**152.609**	**732**

SAİNT LUCİA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	924	996
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	6,706	7,858
Değirmencilik	16	345
Diğer Gıda Müstahzarları	17,584	22,93
Hububat	5,414	5,562
Pastacılık Ürünleri	686	393
Şeker ve Şeker Mamulleri	8,146	10,456
Un ve Unlu Mamuller	10,409	12,624
Genel Toplam	**49.885**	**61.164**

SAİNT LUCİA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	19,396	15,676
2	TRİNİDAD VE TOBAGO	8,823	8,565
3	NES BÖLGESİ	3,187	6,61
4	SAİNT VİNCENT VE GRENADİNLER	3,508	3,972
5	BARBADOS	3,789	3,286
6	GUYANA	2,725	3,136
7	İNGİLTERE	2,066	1,984
8	JAMAİKA	2,711	1,77
9	DOMİNİK CUMHURİYETİ	1,118	1,701
10	BELİZE	1,519	1,595
27	**Türkiye**	**66**	**8**

KOLOMBİYA

ÜLKE RAPORU



İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

KOLOMBİYA

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Kolombiya Cumhuriyeti
Nüfus	52,16 milyon (2023 IMF Tahmin)
Dil	İspanyolca
Yüzölçümü	1.141.748 km2
Başkent	Bogota
Başlıca Şehirleri	Bogota (7,1 milyon), Medellin (2,4 milyon), Cali (1,8 milyon), Barranquilla (1,1 milyon)
Yönetim Şekli	Başkanlık Sistemi
Devlet Başkanı	Gustavo Petro
Para Birimi	Kolombiya Pesosu (Ps)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

BCIE, BIS, CAN, Caricom (gözlemci), CD, CDB, CELAC, EITI (aday ülke), FAO, G-3, G-24, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC, LAES, LAIA, MERCOSUR (ortak), MIGA, NAM, OAS, OECD, OPANAL, OPCW, Pasifik İttifakı, PCA, UN, UNASUR, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, Union Latina, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Kolombiya, Orta ve Güney Amerika arasında bir bağlantı noktası olması dolayısıyla stratejik bir konuma sahiptir. Yüzölçümü bakımından Latin Amerika ülkeleri arasında 5. büyük ülke olan Kolombiya'nın Pasifik Okyanusu'na ve Karayip Denizi'ne kıyısı bulunmaktadır. Sınır komşuları Panama, Ekvator, Peru, Venezuela ve Brezilya'dır.

Siyasi ve İdari Yapıpı

Kolombiya Cumhuriyeti başkanlık sistemi ile yönetilen merkezi idareye sahip, 32 idari bölge ve başkent Bogota'nın içinde bulunduğu 1 merkez bölgeden oluşan bir ülkedir. Kolombiya Kongresi iki kamaralı olup, 108 üyeli Senato ve 172 üyeli Temsilciler Meclisi'nden oluşmaktadır. Kolombiya'da Devlet Başkanı, hem hükümetin hem de devletin başı olup, görev süresi 4 yıldır. Kolombiya Anayasasında yapılan değişiklikle 2018 yılı itibariyle Devlet Başkanları 4 yıllık süreyle yalnızca bir kez görev yapabilecektir.

Nüfus ve İstihdam

2023 yılında 52 milyon kişi ile dünyada 27. sırada yer alan Kolombiya nüfusunun 2028 yılında 55 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir. Kolombiya, Latin Amerika'da Brezilya ve Meksika'nın ardından en fazla nüfusa sahip 3. ülkedir.

2017-2021 döneminde %1,6 olan nüfus artış hızı, 2022-26 dönemi için %0,5 tahmin edilmektedir. Nüfusun %22.9'u 0-14 yaş arasında, %66,9'u 15-64 yaş arasında, %10,3'ü ise 65 yaş ve üzerindedir. Kolombiya genç bir nüfusa sahiptir, ancak 15 yaşın altındakilerin yüzdesinin 2026 yılında % 21,8'e düşmesi beklenmektedir. Nüfus artışındaki yavaşlama, artan yaşam beklentisi ile birlikte, nüfusun yaş yapısının değişeceği ve kamu emeklilik sistemi üzerindeki baskıyı artıracağı beklenmektedir.

Nüfus Dağılımı

Nüfus	2016	2021	2026
Toplam (milyon kişi)	47,6	51,5	52,9
Erkek nüfus	23,3	25,3	25,9
Kadın nüfus	24,3	26,2	27,0
Yaşa göre dağılım %			
0-14 yaş	24,4	22,9	21,8
15-64 yaş	67,0	66,9	66,2
65+ yaş	8,6	10,3	12,0
Şehirleşme %	80,1	81,8	83,5
Çalışan nüfus (milyon kişi)	23,4	23,7	26,6

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

Kolombiya'nın resmi dili İspanyolca olup, Kolombiya dünyada İspanyolca konuşan nüfus açısından Meksika'nın ardından 2. ülkedir. Okur-yazarlık oranı %94,7'dir. Nüfusun %81,8i kentlerde yaşamaktadır. Ülkeye ilk gelen Avrupalı göçmenler İspanyollar olup, diğer Avrupa ülkelerinden (İtalya, Almanya, Fransa, İsveç, Polonya ve Rusya gibi) ve Venezuela'dan da göçler yaşanmıştır.

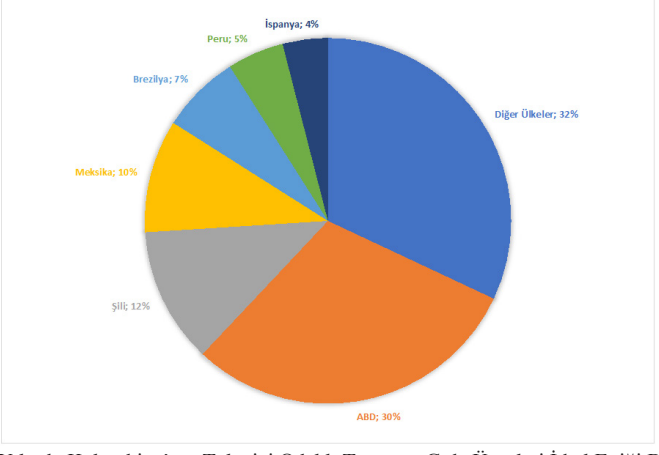
Doğal Kaynaklar ve Çevre

Petrol, doğal gaz, kömür, demir cevheri, nikel, altın, bakır, elmas ve hidroelektrik, ülkenin başlıca doğal kaynaklarıdır.

Tarım ilaçlarının aşırı kullanımı sonucunda toprak ve su kalitesi önemli ölçüde düşmüştür. Ormanların tahribi ve özellikle Bogota'da görülen hava kirliliği ülkenin başlıca çevre sorunlarıdır. Volkanik aktiviteler (Galeras, Nevado del Ruiz, Cumbal, Dona Juana, Nevado del Tolima ve Purace), depremler ve mevsimsel kuraklık ise ülkede yaşanan doğal afetlerden bazılarıdır.

Tüketici Gıda Ürünleri İthalatı

2022 yılı verilerine göre 51,6 milyon nüfus, 342,92 milyar USD GSYİH ve 6.644 USD kişi başına GSYİH sahip olan Kolombiya'da, 2022 yılında ülkenin tüm tedarikçilerinden tüketici odaklı gıda ürünleri ithalatı, ekonomik büyüme nedeniyle %20 artarak 2,8 milyar dolara ulaşmıştır. Örneğin, 2022 yılında Kolombiya'nın ABD'den yaptığı ithalat %7,7 artarak 849 milyon USD'ye ulaşmış, bu ülkeyi Şili (335 milyon USD) ve Meksika (297 milyon USD) izlemiştir. Tüketici odaklı gıda ve tarım ürünleri ihracatında en yüksek paya ABD sahiptir.



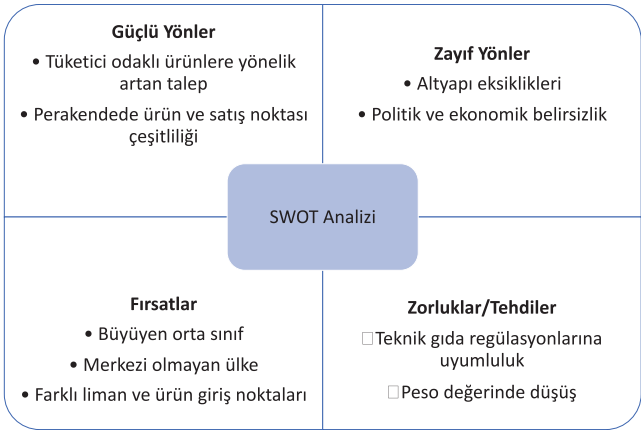
Şekil. 2022 Yılında Kolombiya'nın Tüketici Odaklı Tarım ve Gıda Ürünleri İthal Ettiği Başlıca Ülkeler

Kolombiya gıda işleme endüstrisi, birçok gıda bileşeninin net ithalatçısıdır. Ülkede sağlıklı şekerleme ürünleri için büyüyen bir iç talep vardır. Kolombiya katı ve sıvı yağlar sektörü, endüstriyel talebi karşılamak için rafine edilmemiş soya fasulyesi yağı ve diğer yağlı tohumları ithal etmektedir. Değirmencilik, unlu mamuller ve nişasta sektörleri, yenilikçi lezzetler ve sağlıklı ürünler geliştirmek için hammadde arayışındadır. Gıda perakende sektöründe ise Justo & Bueno'nun iflası nedeniyle 2022 yılında yüksek indirim pazar payları %33'ten %24'e düşse de bu pazara yeni girenlerin etkisiyle toparlanması beklenmektedir. Kolombiyalılar arasında hızlı dijitalleşme ve bu satış kanalının hızla benimsenmesi nedeni ile e-ticarette büyümeye devam etmektedir. Kolombiya gıda hizmet sektörü 2022 yılında vergi muafiyetlerinden yararlanmıştır. 2020 ve 2021 yıllarındaki düşük satışların ardından toparlanma yaşanmıştır. Ancak bu avantajlar sona ermiş olup, daha yüksek vergilerin ve enflasyon oranlarının ev dışı tüketim satışlarını etkilemesi beklenmektedir.

Çizelge 1 Kolombiya'nın Dünyadan İthal Ettiği Tüketici Odaklı İlk 10 Ürün (milyon USD)

Ürün Grubu	2021	2022	Değişim (%)
Süt ürünleri	283	397	50
Domuz ve domuz ürünleri	301	314	4
Hazır çorba ve gıda preparatları	257	302	18
Distile içecekler	158	201	27
İşlenmiş sebzeler	140	198	42
Taze meyve	168	180	7
Unlu mamuller, tahıllar ve makarna	115	148	28
Tütün	106	121	13
Pet yemleri	89	118	32
Kanatlı eti ve ürünleri	122	110	-10

SWOT Analizi



Şekil 2. Kolombiya pazarı SWOT analizi

Kolombiya'daki başlıca gıda üreticileri, Grupo Nutresa, Colanta, Alpina, Colombina ve Nestlé dir.

Kolombiya İstatistik Dairesi'ne (DANE) göre, Kolombiya'nın gayri safi yurtiçi hasılası (GSYİH) 2022 yılında %7,5 artmıştır. Kolombiya Merkez Bankası (Banrep), Kolombiya'nın ekonomik iyileşmesinin 2023 yılında %0,2'ye yavaşlayacağını tahmin etmektedir. Bu rakamlar bazı uzmanlar tarafından olası düşük özel tüketim seviyeleri öngörüleri, daha yüksek faiz oranları, artan enflasyon ve yeni Kolombiya yönetiminin son vergi reformundan kaynaklanan genel belirsizlik ve çalışma ve emeklilik sistemlerinde planlanan değişiklikler nedeniyle aşağı yönlü revize edilmektedir.

Kolombiya, 51 milyonu aşkın nüfusuyla Latin Amerika'nın en kalabalık üçüncü ülkesidir. Kolombiya nüfusunun %80'i kentsel alanlarda yaşamaktadır. Kolombiya, bir milyondan fazla sakini olan beş şehriyle tipik bir Latin Amerika ülkesidir: Bogota, Medellin, Cali, Barranquilla ve Cartagena. Kentleşme, yaşam tarzlarında ve yeme düzenlerinde değişiklikleri teşvik ederek yukarı doğru bir yörünge izlemektedir. Son yıllarda, Kolombiya'daki kentsel haneler çift gelirli hale gelmekte ve bu da işlenmiş gıda ve alışveriş kolaylığı için artan bir taleple sonuçlanmaktadır. Bogota'da ortalama hane halkı 2019 yılında 3.1 kişi iken ve 2050 yılında yalnızca 2.2 kişi olması beklenmektedir. Doğum oranları düştükçe ve ortalama yaşam süresi uzadıkça nüfus yaşlanmaktadır. Venezuela'dan gerçekleşen göç, bir başka önemli demografik eğilimdir. Kolombiya hükümeti, ülkede iki milyondan fazla Venezuelalının yaşadığının tahmin edildiğini belirtmektedir. Bu göç, fasulye, pirinç ve mısır unu gibi temel gıda maddelerinin tüketimini etkilemektedir. COVID-19 salgını, hanelerin harcamalarını ve satın alma alışkanlıklarını etkilemiştir. Ekonomik toparlanma nedeniyle harcamalarda artış eğilimi olsa ve tüketiciler seyahat edip dışarı çıksa da, bazı pazar eğilimlerinin devam edeceği öngörülmektedir. Başlıca tüketici eğilimleri arasında, ürünlere yönelik fiyat duyarlılığının artması ile diğerlerine göre daha ucuz olma eğiliminde oldukları için kurum içi/mağaza markalarının popülerlik kazanmalarına fırsat yaratması bulunur. "Private Label" ürünler özellikle süt-süt ürünleri, bitkisel yağ ve pirinç için öne çıkmaktadır. Artan sağlık ve çevre bilinci, sağlıklı ve sürdürülebilir gıda ürünleri için fırsatlara dönüşmektedir. E-ticaret ve teslimat hizmetinin benimsenmesi, perakende ve gıda hizmeti sektörlerinin değişen tüketici ihtiyaçlarına uyum sağlaması için bir zorluk olmaya devam etmektedir. Bitkisel gıda ürünleri pahalı olarak algılansa da, Kolombiyalıların %93'ü sağlık, beslenme ve çevresel nedenlerle bu gıda ürünlerini deneyimlemeye ilgi göstermektedir. Protein ve kalsiyum içeriği yüksek ürünlerin tercih edilmesi, et ve süt ürünlerine olan talebi artırmıştır.

İhracatçılarımız İçin Avantaj ve Zorluklar

- Batı tarzı restoranların artan kabulü, ülkemiz gıda ürünleri ve gıda bileşenlerinin Kolombiya diyetinde yer alması için fırsatlar sağlamaktadır.
- Büyüyen turizm, ürünleri yabancılar ve yerli tüketicilere daha çekici hale getirmek için gıda, hammadde ve bileşenlere olan talebi artırmaktadır.
- Kolombiya şehirlerinin artan kentleşmesi, yeni tüketici eğilimlerini ve işlenmiş gıdalarda artışı teşvik etmektedir.
- Sağlıklı yaşam kampanyaları için hükümet desteği verildiğinden sağlıklı gıdalar ve organik ürünler için pazar fırsatları genişlemektedir.
- Kolombiya'da yeni hükümet yerel tarımı ve üretimi korumak için Amerika ile olan CTPA'nın (Colombia Trade Promotion Act) yeniden müzakere edilmesi adına kampanya yürütmektedir.

Zorluklar

- Kolombiya pezosundaki değer kaybı, ithal ürünlerinde rekabet gücünü etkiler.
- İşlenmiş ve yarı işlenmiş ürünler için Kolombiya'da kişi başına düşen tüketim azdır; örneğin ekmek tüketimi yılda sadece 22 kg olup diğer Latin Amerika pazarlarına göre düşüktür.
- Dondurulmuş ürünlerin sağlıksız ve kalitesiz olduğuna dair kültürel bir yanlış algı vardır.
- Son derece zayıf altyapı nedeniyle giriş limanlarından nakliye maliyetleri yüksektir.
- Soğuk zincir yetersizdir ve lojistik maliyetleri artırmaktadır.

Kolombiya Pazarına Giriş Stratejileri

Diğer pazarlarda olduğu gibi, Kolombiya pazarında olan veya girmeyi hedefleyen ülkemiz ihracatçıları, müşteri ihtiyaçlarını, satın alma gereksinimlerini ve özelliklerini anlamalıdır. Ek olarak, giriş limanlarında gümrükleme gecikmelerini önlemek için tüm Kolombiya standartlarını ve düzenlemelerini incelemeleri gerekir. Pazara giriş için kritik hususlar arasında aşağıdakiler yer alır;

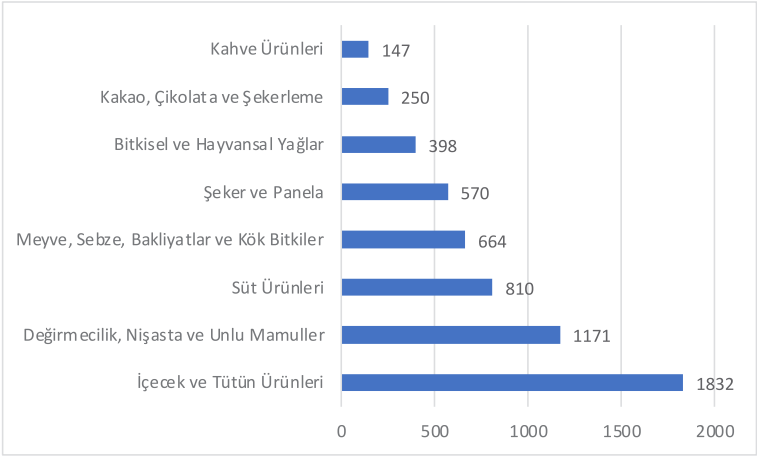
- Kolombiya gıda pazarında rekabet kalite, fiyat ve hizmete dayalıdır,
- Rakipleri, tüketici tercihlerini ve iş ortamını daha iyi anlamak için pazar araştırması yapılmalıdır,
- Büyük ithalatçılar ve toptancı/distribütörlerle ilişkiler kurulmalıdır,
- Sosyal programlar için finansman yaratmak amacıyla satışı kullanarak pazarlama tekniklerinde sosyal sorumluluğu vurgulanmalıdır,
- Pazar hakkında daha iyi bir bilgi ve gözleme sahip olmak ve alıcıların ihtiyaçlarını ve gelişen eğilimleri belirlemek için ideal olarak kişisel ziyaretler yoluyla Kolombiya pazarı incelenmelidir,
- Küçük miktarlarda ürün ihraç ederken konsolidasyonu göz önünde bulundurulmalı, işbirliklerine gidilmelidir,
- Üst düzey yöneticilerle (pazarlama müdürleri, satın alma müdürleri vb.) iş ilişkileri geliştirilmelidir,
- Yerel ticaret ve tanıtım yanı sıra tüketici trendlerini öğrenmek için Agroexpo, Alimentec, Expovinos, Sabor Barranquilla ve Expo I Alimentos gibi gıda fuarlarına katılınabilir,
- Kolombiya'ya düzenlenen ticaret heyetlerine katılmak önemlidir,
- İspanyolca pazarlama/iletişim materyalleri geliştirilmelidir,
- Gıda ürünlerinin kaydını ve ithalatını kolaylaştırmak ve giriş limanı risklerini en aza indirmek için gıda ithalatı düzenlemelerine uymak üzere yerel ithalatçılarla yakın işbirliği içinde çalışılmalıdır,
- İthalatçıların düzenleyeceği promosyon kampanyaları desteklenebilir.

Kolombiya İthalat Prosedürü

Ticaret, Sanayi ve Turizm Bakanlığı (MİNCİT) ve Ulusal Vergi ve Gümrük Müdürlüğü (DIAN) sırasıyla genel ithalat-ihracat işlemlerinin ve gümrük prosedürlerinin idaresinden sorumludur. Kolombiyalı ithalatçılar MINCIT'e kayıtlı olmalıdır. Tüm Türk ihracatçıları, ithalatçının gıda ve tarım ürünleri ithal etmek için MINCIT'ten yasal izin aldığını ve ithal edilecek ürünün türüne bağlı olarak Kolombiya Tarım ve Hayvancılık Enstitüsü (ICA) ve Ulusal Gıda ve İlaç Denetimi Enstitüsü'nden (INVIMA) yasal yetkilendirmeye sahip olduğunu kontrol etmelidir. ICA, tarımsal girdilerin, yemlerin, yem içeriklerinin ve işlenmemiş tarımsal ürünlerin üretimi, imalatı ve kullanımı üzerinde düzenleyici otoriteye sahiptir. INVIMA, doğrudan veya dolaylı olarak insan tüketimi için satılan ürünlerin gıda güvenliği ve sağlık koşullarını düzenlemekten sorumlu otoritedir.

Genel Pazar Yapısı

Kolombiya'da gıda ve içecek endüstrisinin mevcut üretimi, değer olarak ülkenin toplam üretim faaliyetlerinin %27'si düzeyindedir. DANE'ye göre gıda sektörü 2022 yılında %7 büyüme göstermiştir. Kakao, çikolata ve şekerleme (%16), içecek ve tütün ürünleri (%12), meyve, sebze, bakliyat ve ürünleri (%11) ve değirmencilik ürünleri, nişasta ve unlu mamuller (%10), ilgili sektörler arasında 2021 yılında dikkat çekici büyüme performansı gösterenlerdir. Kolombiya gıda sanayi üretiminde en büyük payı içecek ve tütün ile değirmen ve fırıncılık sektörleri oluşturmaktadır. Gıda harcamaları, 2022 yılında Kolombiya hane halkı gelirlerinin %39'una karşılık gelmektedir. En çok tüketilenler et, süt ve unlu mamuller olup toplam harcamanın yaklaşık 1/3'ü bu ürünler için gerçekleştirilmiştir. Son yıllarda Kolombiya gıda endüstrisi, birleşmeler, satın almalar, devirler ve pazara yeni yabancı rakiplerin girişi yoluyla benzeri görülmemiş bir yapısal değişim geçirmiştir. Yabancı rakiplerin artmasıyla dağıtım kanalları daha etkin hale gelmiştir.



Şekil 3. Kolombiya gıda sektörü üretim değerleri (2022, milyon USD)

Trendler

- Tüketicilerin gıda satın alma kararlarının itici güçleri ihtiyaç (%37), tat-lezzet (%17), kalite (%14), gelenek ve alışkanlıklar (%11), fiyat (%9), dürtü (%8) ve promosyondur (%1).
- Bogota, gıda pazarının %34'ünü temsil ederken, onu Medellin (%11), Cali (%8) ve Barranquilla (%5) takip ediyor.
- Gıda ve içecek fiyatlarındaki artış trendinin 2023 yılında da devam etmesi beklenmektedir. DANE'ye göre gıda ve alkolsüz içeceklerde enflasyon oranı 2022 yılında %27,81'e ulaşmıştır. Soğan (%107) ve manyok (%88) fiyatı en çok artan ürünler olmuştur.
- Gıda satın almak için tercih edilen satış noktaları ile tüketicinin yaş grubu arasında önemli ilişki vardır. Baby boomers (2. Dünya Savaşı Sonrası Nesil), Mom & Pops noktaları (%44), süpermarketleri (%28) ve yüksek indirim marketlerini (%13) tercih etmektedir. X kuşağı, Mom & Pops noktaları (%54), süpermarketleri (%21) ve yüksek indirim marketlerini (%14) tercih etmekte. Y kuşağı Mom & Pops noktaları (%58), süpermarketleri (%19) ve yüksek indirim marketlerini (%14) tercih etmekte Z-kuşağı Mom & Pops noktaları (% 71), süpermarketleri (% 13) ve yüksek indirim marketlerini (% 7) tercih etmektedirler.

Soslar, Soslar ve Çeşniler: Bu alt sektörde iki ana trend vardır: ürünlerde ve ürün ambalajlarında marka penetrasyonu ve inovasyon. Tüketiciler, makul fiyatlarla tek tip kaliteye dayalı olarak daha fazla markalı ürün satın almaktadır. Genel olarak, Kolombiyalı tüketiciler geleneksel markalara sadıktır ve az yağlı soslar (kanola ve zeytinyağı mayonez), Asya yemekleri için soslar (soya ve teriyaki sosu ve BB-Q sosları) ve koruyucular ve yapay tatlar/renklendiriciler içermeyen soslar gibi daha sağlıklı ürünler talep etmektedirler. Ketçap tercih edilen sos olmaya devam etse de mayonez, hardal, ranch ve diğer soslar pazarda yer edinmiştir. Unilever bu kategoride lider şirkettir ve onu Quala ve Nestle izlemektedir.

Konserve Gıdalar: Bu kategorinin popülaritesi kentleşme, gelir değişiklikleri ve kolaylık arayışı nedeniyle artmıştır. Konserve ürünler için, Kolombiyalılar öncelikle konserve ton balığı tüketicileridir, ancak et, fasulye, domates ve çorbalar gibi diğer konserve/konserve ürünler pazarı genişlemektedir. Fiyat ve paketleme ihtiyaçlarına göre çok çeşitli ürünler sunan yeni rakipler pazara girmiştir. Seatech International, önde gelen konserve gıda şirketidir.

Dondurulmuş İşlenmiş Gıda: Tüketiciler dondurulmuş gıdaları sağlıksız ve aşırı işlenmiş olarak algılasa da, kentleşme ve çift gelirli haneler dondurulmuş gıda, et, meyve ve sebze pazarını genişletmiştir. Dondurulmuş işlenmiş patates, dondurulmuş hazır yemekler, dondurulmuş pizza ve dondurulmuş sebzeler en çok tercih edilen ürünlerdir. Bu ürünler için pazar fırsatları daha çok kurumsal sektöre yöneliktir ve tek kişilik haneleri hedeflemektedir. Grupo Nutresa, patates, pizza, tavuk kanadı ve hamburger dâhil olmak üzere geniş bir dondurulmuş işlenmiş gıda ürünleri portföyüne sahiptir.

Süt Ürünleri: Kolombiya'nın süt ürünleri ithalatı çoğunlukla krema, peynir altı suyu proteini, süt tozu ve kazein gibi diğer ürün bileşenlerinden oluşur. Süt ürünlerinin yurt içi tüketimi, kentleşme ve gelir kaymaları nedeniyle değişen tüketim kalıplarına hitap eden tanıtım çalışmaları nedeniyle artmıştır. Tüketiciler, artan üretimleri nedeniyle modern perakende mağazalarında ve çoğunlukla taze ürün pazarlarında ve Mom & Pops satış noktalarında bulunan taze peynirleri tercih ederler. Sert peynirler pahalı olarak görülse de, PriceSmart, D1 ve Jumbo gibi perakendeciler farklı peynir çeşitlerine yönelik tanıtım faaliyetleri yürütmekte ve tüketicileri bu ürün hakkında eğitmek için kilit rol üstlenmektedirler. Kolombiya süt üretimi 2021 yılında 7.821 milyon litreye (2.066 milyon galon) ulaşmış olmakla birlikte bu sektör çoğunlukla kayıt dışıdır. Kolombiya'daki süt ürünleri imalat sektörü Nestle, Parmalat ve Danone gibi yerli ve çok uluslu şirketler ile Colanta, Alpina ve Alqueria gibi yerli markaları içermektedir.

Fırıncılık Ürünleri: Şili (98 kg), Arjantin (82 kg) ve Uruguay (55 kg) gibi diğer Latin Amerika ülkeleri ile karşılaştırıldığında, kişi başına yıllık ekmek tüketimi (22 kg) Kolomibya'da düşüktür. Kolombiyalılar arasında ekmeğin besleyici olmadığına ve kilo alımıyla ilgili olduğuna dair bir algı vardır. Ek olarak, çoğu malzemenin uluslararası kaynaklı olduğu üst düzey, gurme fırınların popülaritesi artmasına rağmen, fırıncılık sektöründe inovasyon eksikliği bulunmaktadır. Tipik fırınlar, ülke çapındaki ekmek üretiminin yaklaşık %40'ını üreten küçük aile işletmeleridir. Sadece %20'si markalı ve private label ürünler sunan perakendeciler tarafından satılsa da, ürün ve ambalaj inovasyonu nedeniyle pazar paylarının artma potansiyeli bulunmaktadır. Markalı ekmek şirketleri arasında Bimbo, Productos Ramo, Comapan ve Quala bulunmaktadır. Bu şirketler, dilimlenmiş ekmek, tost, kek ve keklerin yanı sıra, geleneksel fırınlardan farklı olan hamburger ve sosisli çörekler için konusunda uzmanlaşmış çeşitli ekmek ürünleri üretmektedir. Daha sağlıklı ürünler arayan tüketicileri cezbetmek için geleneksel ekmek ve taneli ve tohumlu ekmek gibi yeni ürünleri piyasaya sürmüşlerdir.

Soğutulmuş İşlenmiş Gıda: Soğutulmuş et ve kümes hayvanı ürünleri, kentsel alanlarda yüksek talep görmektedir. Kolombiya soğutulmuş işlenmiş gıda pazarının çoğu işlenmiş et veya kümes hayvanlarında ve küçük bir pay soğutulmuş yemeye hazır yemeklere aittir. Ancak soğutulmuş işlenmiş gıdalara olan tercih her zaman dondurulmuş ürünlere göre daha yüksek olmuştur. Tüketiciler hazır yemek satın alırken Meksika, İtalyan ve Çin ürünlerini tercih etmektedir. Grupo Nutresa bu kategoride %60 pazar payıyla lider konumdadır.

Sıvı ve Katı Yağlar: Kolombiya, önemli bir palm yağı üreticisidir. Zeytinyağı ve kolza tohumu yağı, daha sağlıklı yağlar için artan tüketici tercihi nedeniyle satışlarda büyüme göstermiştir. Private Label, yalnızca büyük indirim marketleri için değil, aynı zamanda diğer perakendeciler için de pazara giriş stratejileri arasındadır. Büyük indirim yapanlar, perakende pazar paylarından yararlanarak daha ucuz zeytinyağı markalarını piyasaya sürmüşlerdir. Soya fasulyesi, ayçiçeği ve zeytinyağı ile Alianza Team sektöre öncülük ederken, onu ayçiçek ve mısır yağı ve margarin ile Grasco takip etmektedir.

Şekerleme: Bu sektör, Kolombiya'da güçlü bir üretim ve ihracat geçmişiyle 25.000'den fazla istihdam yaratan, önemli bir ekonomik alandır. Sektör, süt ürünleri ve glikoz da dahil olmak üzere düzenli olarak yabancı tedarikçilerden hammadde temin etmektedir. Sektör, yenilik yapmak için çaba sarf etmesine ve düşük şekerli alternatifler arayan tüketiciler için daha fazla şekerleme ve çikolata çeşidi sunmasına rağmen, ithalattan gelen rekabet güçlüdür. COVID-19, satışları iki şekilde etkiledi:

1) daha sağlıklı yaşam tarzlarını benimseme konusunda artan bir endişe ve sokak satıcılarına ve satıcı makinelere anlık satın alma fırsatlarını azalması.

2)İki yerli firma, Grupo Nutresa ve Colombina, sektöre Ferrero ve Nestlé gibi çok uluslu şirketler ile liderlik etmektedir.

Kolombiya Gıda Perakende Sektörü

Kolombiya perakende sektörü en zorlu yılı olan 2020 yılını geride bırakmasının ardından 2021 yılında istikrar kazanmıştır. Düşen faiz oranları, etkin aşılama stratejileri ve KDV ödenmeyen günler ile devlet desteği tüketici harcamalarının perakende sektörü lehine artmasını desteklemiştir. Gelecek projeksiyonlarında, daha yüksek fiyatlar tüketicinin satın alma gücünün düşeceği ve sektörün büyümesinin sınırlanacağı öngörülmektedir. Yüksek-İndirim marketleri, tüketicilerin ihtiyaçlarından yararlanmaya, kaliteli ürünleri makul fiyatlarla ve alıcılara yakın uygun konumlarda sunmaya devam etmektedirler. Kolombiyalıların hızlı dijitalleşmeyi benimsemesi, perakendecileri çevrimiçi satış kanalları geliştirmeye zorlaması ve Rappi ve Merqueo gibi piyasada zaten mevcut olan uygulamaları güçlendirmesi sayesinde e-ticaret de olumlu bir trend sürmesini sağlamaktadır.

Cash & Carry: Makro, PriceSmart ve Surtimayorista ana oyunculardır. Yalnızca PriceSmart üyelik modeliyle çalışır ve bu perakendeci tüketicilerin çoğu ABD'den olmak üzere çok çeşitli ithal ürünleri bulabilecekleri bir yer olarak algılanır. Satışları 2020 yılında %8'lik düşüşün ardından 2021 yılında %11 artmıştır.

Hipermarketler: Exito, Alkosto, Jumbo, Olímpica ve Metro bu kategoride lider olanlar olup, yakın tarihte bir diğer önemli oyuncu olan La 14 iflas etmiştir. İndirim marketleri, tüketicilerin ihtiyaçlarına uyum sağlamak zorunda olan bu segment ile önemli rekabet halindedir. Satışlar 2021 yılında %4 büyüme göstermiştir.

Kolaylık Marketleri: OXXO, Exito Express ve Metro Express, çoğunlukla üniversitelere ve iş kümelerine yakın olan bu segmentin kilit oyuncularıdır. Haneleri hedeflemek ve online satış kanalları nedeniyle satışlardaki düşüşü azaltmak için portföylerini genişletmişlerdir. 2021 yılında satışlarında %2'lik bir artış bildirilmiştir.

Süpermarketler: Olimpica, Carulla ve Colsubsidio segmente liderlik etmektedir. Private Label ürün portföyünü güçlendirmek ve e-ticaret stratejisi geliştirmek öncelikleri arasında yer alır. Bağımsız süpermarketler de popülerdir. Bu aile şirketleri kendi özel markalı ürünlerini geliştirmişler ve ülkedeki varlıklarını genişletmişlerdir. Süpermarket satışları 2021 yılında %1 büyümüştür.

İndirim Marketleri: ana oyuncular D1 ve ARA'dır; Justo y Bueno yakın zamanda iflas ilan etmiştir. Tüketicilere yakınlıkları, çekici "private label" portföyü ve rekabetçi fiyatları, güçlü performansın itici güçleri olmuştur. 2021 yılında satışlar %18 artmıştır.

Gasmarts: Primax, Altoque ve On the Run bu segmentte yer alırlar. Tüketime hazır atıştırmalıklarda uzmanlaşmışlardır. Turizmin yeniden etkinleştirilmesi, satışlarının artırmasına yardımcı olmuş ve 2021 yılında %13 büyüme gerçekleşmiştir.

Mom & Pop Marketler: Bu perakende kanalı, yaklaşık 700.000 satış noktasıyla ülke genelinde güçlü bir varlığa sahiptir. Mom & Pop marketler yerel ekonomide önemli bir rol oynamaktadır. İndirim marketleri, tüketicilere yakınlık ve daha düşük fiyatlar açısından en büyük rakipleridir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

2023 yılında cari fiyatlara göre, 335 milyar USD olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 347 milyar USD olması beklenmektedir. Kolombiya, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 45. büyük ekonomisidir.

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar - milyar $)	318,51	343,94	334,69	347,37	364,47	384,26	404,95	426,76
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	11	7,5	1	1,9	2,9	3,3	3,3	3,3
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	6 239	6 664	6 417	6 593	6 849	7 151	7 464	7 791
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	3,5	10,2	10,9	5,4	3	3	3	3
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-5,6	-6,2	-5,1	-4,6	-4,3	-4,1	-4,1	-4
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı(%)	13,8	11,2	11,3	10,9	10,6	9,9	9,6	9,3
Nüfus (milyon)	51,05	51,61	52,16	52,69	53,22	53,73	54,25	54,78
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı(%)	64	63,6	62	61,1	60,9	60,1	59,2	58,3

*Tahmin Kaynak: IMF

Cari fiyatlara göre Kolombiya, 2023 yılında 6.417 USD'lik kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 101. sırada yer almakta olup, ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %11,3 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 12. sırayı alacağı tahmin edilmektedir. (IMF-2023)

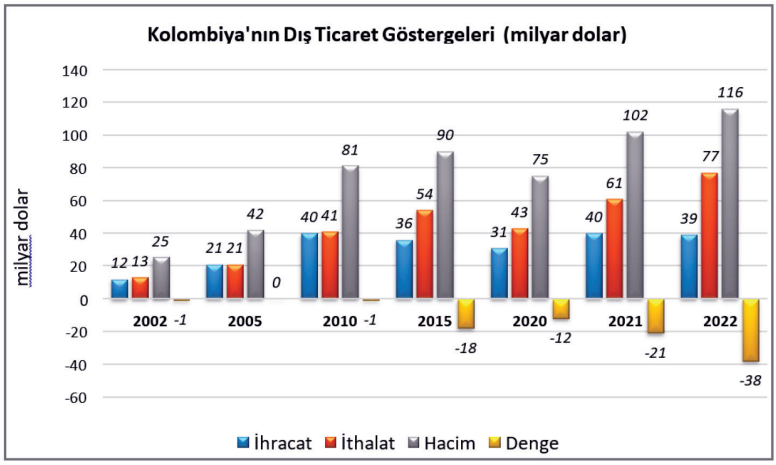
2023 yılında %10,9 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında %5,4 olacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Kolombiya'nın 2022 yılında ihracatı %4 azalarak 39 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. İthalatı ise %27 artarak 77 milyar USD olmuştur. Dünya ticaretinde ithalatta %0,3 pay ile 47. sırada ve ihracatta dünyada %0,2 pay ile 64. sıradadır.

Ülkenin Dış Ticareti

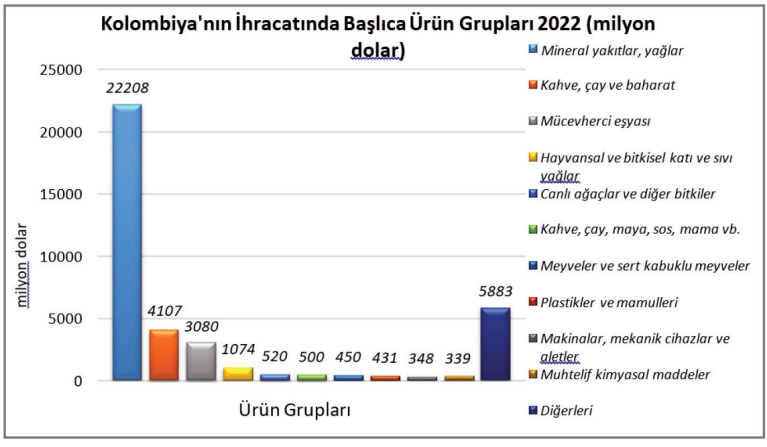


Kaynak: Trademap

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

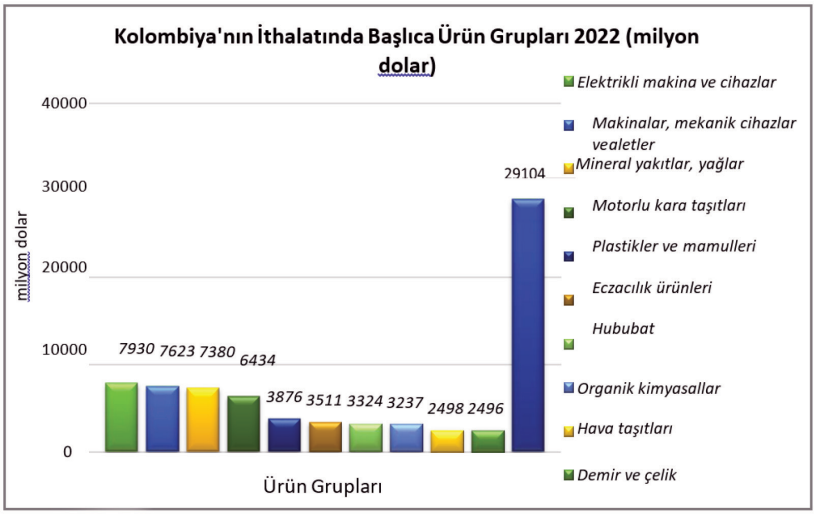
Ülkenin 2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar), kahve, altın, petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, taşkömürü, taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar, palm yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş), buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun kesme çiçek ve çiçek tomurcukları, kahve, çay ve paraguay çayı hülasası, esans, konsantreleri ve müstahzarları, bakır döküntü ve hurdalarıdır.



Kaynak: Trademap

İthalat

2022 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; petrol yağları, telefon cihazları, otomobiller, helikopterler ve uçaklar, mısır, dozlandırılmış ilaçlar, bilgisayarlar, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar (kamyon-kamyonet), insan kanı, hayvan kanı, serum ve aşılar ile soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklardır.



Kaynak: Trademap

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

Kolombiya'nın ihracatında başlıca ülkeler ABD, Panama, Hindistan, Çin, Ekvator, Brezilya, İspanya, Meksika, Kanada ve Hollanda'dır. Ülkenin ihracatında Türkiye %0,9 pay ile 22. sıradadır.

İthalat

Kolombiya'nın ithalatında başlıca ülkeler; ABD, Çin, Brezilya, Meksika, Fransa, Almanya, Hindistan, Arjantin, İspanya ve Japonya'dır. Kolombiya'nın ithalatında Türkiye %0,6 pay ile 26. Sıradadır.

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve GSYİH'ya Oranı (Milyon Dolar)

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım (milyon $)	9 381	17 048	12 274	9 819	8 837	7 954	8 033
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (%)	2,95	4,96	3,60	2,70	2,20	1,80	1,70
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon $)	219 498	233 919	246 193	256 012	264 850	272 804	280 837
Ülke dışına giden doğrudan yatırım (milyon $)	- 3 181	- 3 817	- 4 962	- 1 489	- 1 935	- 2 032	- 2 194
Ülke dışına yapılan doğrudan yatırım stoku (milyon $)	68 653	72 374	77 335	78 824	80 759	82 791	84 986

Kolombiya, 2021 yılında 9 milyar USD ile doğrudan yabancı yatırım çeken ülkeler arasında 34. sıradadır. 2023 yılında ülke dışından gelen doğrudan yatırım miktarının 12,2 milyar USD olması beklenmektedir.

Kolombiya Hükümeti, Ticaret, Sanayi ve Turizm Bakanlığı tarafından uygulanan Üretim Dönüşüm Programı (Productive Transformation Program) çerçevesinde 16 stratejik sektörde kamu-özel sektör işbirliğini güçlendirmeyi, dünya çapında sektörler yaratmayı ve bu sektörlerde istihdamı artırmayı hedeflemektedir.

Sağlık, eko-turizm, yazılım ve bilgi teknolojileri (IT), elektrik enerjisi, iş süreçlerinde dış kaynak kullanımı ve işletmelerin yabancı ülkelere kaydırılması (off-shoring) gibi alanlar yeni ve gelişimi teşvik edilen hizmet sektörleridir.

Kozmetik, otomotiv, çelik, tekstil-moda-tasarım, grafik iletişim (bilgisayar) gibi imalat sanayi sektörlerinde rekabetçi üretim teşvik edilmektedir. Şekerli ve çikolatalı mamuller, palm yağı- bitkisel yağlar-biyoyakıt, süt mamulleri, karides ve sığır üretimi ve bahçecilik (horticulture) gibi tarıma dayalı sektörlerde de katma değeri yüksek ve yenilikçi üretim desteklenmektedir.

Serbest Bölgeler

Kolombiya'da toplam 97 adet serbest bölge mevcuttur. Serbest bölgelerdeki projeler, yeni projeler için 3 yıl içinde, mevcut projeler için de 5 yıl içinde belirli yatırım ve istihdam koşullarını sağlamak zorundadır. Bu bölgelerdeki şirketler, Kolombiya'nın dış ticaret bankası Bancoldex'in özel kredilerinden de yararlanabilmektedirler.

Serbest bölgelerdeki yabancı yatırımlardan elde edilen sermaye ve karlar herhangi bir sınırlamaya tabi olmaksızın yatırımcının ülkesine transfer edilebilmektedir. Serbest bölge yatırımlarının toplamı 9,2 milyar USD civarında olup, yaklaşık 1.200 şirket aracılığıyla 80.000 kişi bu bölgelerde doğrudan, 32.000 kişi de dolaylı olarak istihdam edilmektedir.

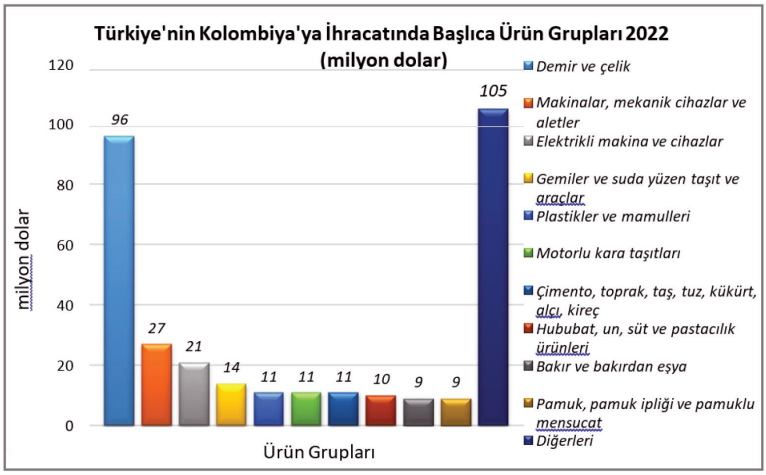
5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

2022 yılında ülkeye ihracatımız 325 milyon USD (bir önceki yıla göre %23 azalış) ve ülkeden ithalatımız 2,4 milyar dolar (bir önceki yıla göre % 46 artış) olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılında Kolombiya ile ticarette Türkiye'nin 2.143 milyon USD dış ticaret açığı verdiği gözlenmektedir.

Türkiye-Kolombiya Dış Ticaret

Türkiye'nin Kolombiya'ya İhracatında Başlıca Ürünler

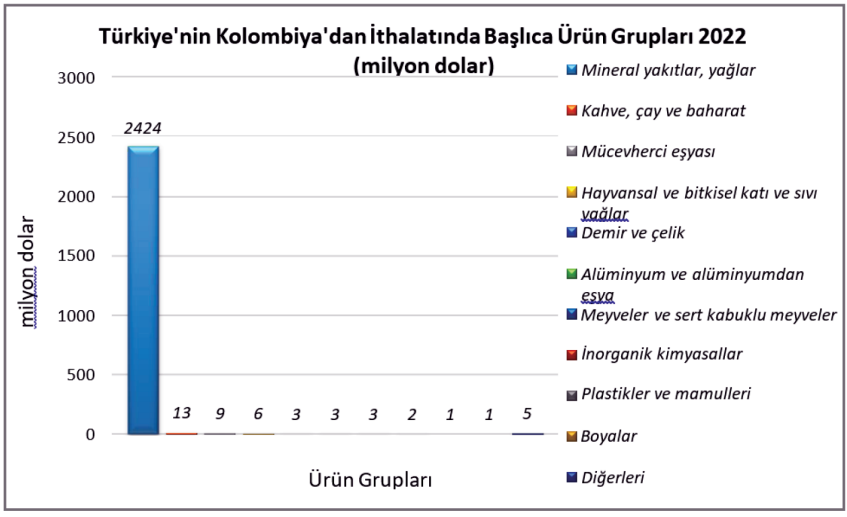


Kaynak: Trademap

Ülkenin 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- İnşaat demiri (GTİP:7214) ithalatının %22'si (44 milyon USD)
- Demir veya alaşımsız çelikten profiller (GTİP:7216) ithalatının %28'i (36 milyon USD)
- Römorkörler ve itici gemiler (GTİP:8904) ithalatının %98'u (14 milyon USD)
- Diğer alaşımlı çelikten teller (GTİP:7229) ithalatının %24'u (12 milyon USD)
- Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.(yüzme kıyafetleri hariç) (GTİP:6204) ithalatının %10'u (12 milyon USD)
- Tatlı Bisküvi ve Gofretler (GTİP:1905) ithalatının %11'i (11 milyon USD)
- Demir veya alaşımsız çelikten diğer çubukIar (GTİP:7215) ithalatının %49'si (9 milyon USD)
- Çimento (GTİP:2523) ithalatının %15'i (8 milyon USD)
- Ağaçtan veya diğer odunsu maddelerden lif levhalar (GTİP:4411) ithalatının %9'si (8 milyon USD)
- Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme) (GTİP:6109) ithalatının %8'ü (7 milyon USD) Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.

Türkiye'nin Kolombiya'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Ülkemizin Kolombiya'dan ithal ettiği başlıca ürünler; %86 pay ile taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar ve %12 pay ile taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen kok/sömikok, karni kömürüdür.

EKLER:

EK-1: Kolombiya'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**31 045 676**	**40 488 600**	**38 950 952**	**100**	**-3,8**
1.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilenyağlar)	7 119 972	10 298 908	16 185 817	41,6	57,2
2.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları,içinde herhangi bir oranda kahvebulunup kahve yerine kullanılan ürünler	2 522 878	3 188 816	4 093 436	10,5	28,4
3.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş yada pudra halinde)	2 901 983	3 132 367	2 931 044	7,5	-6,4
4.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1 549 861	2 143 587	2 642 280	6,8	23,3
5.	2704	Taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen kok/sömikok, karni kömürü	623 161	1 271 731	1 784 211	4,6	40,3
6.	2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	3 542 690	4 380 488	1 332 701	3,4	-69,6
7.	1511	Palm yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	406 303	468 676	663 654	1,7	41,6
8.	0603	Buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun kesme çiçek ve Çiçek tomurcukları	1 410 712	1 727 241	490 467	1,3	-71,6
9.	2101	Kahve, çay ve Paraguay çayı hülasası, esans, konsantreleri ve müstahzarları	279 511	302 657	397 788	1	31,4
10.	7404	Bakır döküntü ve hurdaları	147 113	275 563	317 921	0,8	15,4
11.	0102	Canlı büyükbaş hayvanlar (at, eşek, katır ve bardolar hariç)	143 849	151 524	310 041	0,8	104,6
12.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	375 592	444 071	264 469	0,7	-40,4
13.	2713	Petrol koku, petrol bitümeni ve petrol yağlarının veya bitümenli minerallerden elde edilen yağlarındiğer kalıntıları	38 153	154 690	237 821	0,6	53,7
14.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	365 163	318 489	234 265	0,6	-26,4
15.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	322 632	344 330	225 220	0,6	-34,6

Kaynak: Trademap, Kolombiya Verileri

EK-2: Kolombiya'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**43 488 662**	**61 101 362**	**77 413 351**	**100**	**26,7**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1 997 447	3 515 372	6 820 039	8,8	94
2.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	2 227 103	2 723 632	2 966 884	3,8	8,9
3.	8703	Otomobiller	1 531 224	2 343 767	2 695 564	3,5	15
4.	8802	Helikopterler, uçaklar vb; uzay araçları (uydular dahil), uzay araçlarını fırlatıcı araçlar ve yörünge-altı araçları	511 534	1 159 881	2 309 479	3	99,1
5.	1005	Mısır	1 221 505	1 775 572	2 164 919	2,8	21,9
6.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1 533 838	1 831 778	1 974 853	2,6	7,8
7.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	1 196 497	1 495 893	1 613 331	2,1	7,9
8.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	519 311	865 538	1 346 141	1,7	55,5
9.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	775 507	1 810 211	1 250 434	1,6	-30,9
10.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	573 500	759 070	955 208	1,2	25,8
11.	3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	480 822	852 591	891 799	1,2	4,6
12.	1001	Buğday ve mahlut	477 629	654 675	885 379	1,1	35,2
13.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	431 231	571 921	808 077	1	41,3
14.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	435 788	593 132	804 239	1	35,6
15.	8502	Jeneratörler	106 410	187 207	674 668	0,9	260,4

Kaynak:Trademap, Kolombiya Verileri

EK-3: Kolombiya'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**31 045 676**	**40 488 600**	**38 950 952**	**100**	**-3,8**
1.	ABD	9 442 028	11 549 621	12 033 530	30,9	4,2
2.	Panama	1 510 555	2 468 201	5 681 218	14,6	130,2
3.	Hindistan	795 165	1 519 164	2 455 044	6,3	61,6
4.	Çin	2 670 041	3 645 251	1 700 224	4,4	-53,4
5.	Ekvator	1 473 607	1 740 823	1 304 449	3,3	-25,1
6.	Brezilya	1 274 000	2 049 079	1 189 197	3,1	- 42
7.	İspanya	499 304	710 114	1 075 304	2,8	51,4
8.	Meksika	1 161 018	1 205 307	952 149	2,4	- 21
9.	Kanada	414 686	701 787	820 712	2,1	16,9
10.	Hollanda	698 997	981 102	695 348	1,8	-29,1
11.	Peru	854 293	1 081 432	688 038	1,8	-36,4
12.	İtalya	961 298	877 378	622 266	1,6	-29,1
13.	Almanya	495 996	702 483	473 653	1,2	-32,6
14.	Venezuela	195 981	331 172	461 625	1,2	39,4
15.	Belçika	423 032	562 205	436 243	1,1	-22,4
…	…	…	…	…	…	…
22.	**Türkiye**	**915 160**	**1 270 049**	**345 031**	**0,9**	**-72,8**

Kaynak:Trademap, Kolombiya Verileri

EK-4: Kolombiya'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**43 488 662**	**61 101 362**	**77 413 351**	**100**	**26,7**
1.	ABD	10 634 174	14 191 638	18 990 693	24,5	33,8
2.	Çin	10 398 882	14 795 946	18 698 741	24,2	26,4
3.	Brezilya	2 435 489	3 502 317	5 495 150	7,1	56,9
4.	Meksika	2 925 827	3 800 480	4 174 746	5,4	9,8
5.	Fransa	958 543	1 474 846	2 459 802	3,2	66,8
6.	Almanya	1 643 891	2 065 176	2 352 918	3	13,9
7.	Hindistan	936 990	1 378 396	1 720 238	2,2	24,8
8.	Arjantin	724 462	1 300 386	1 640 515	2,1	26,2
9.	İspanya	798 063	1 289 324	1 467 679	1,9	13,8
10.	Japonya	879 124	1 268 938	1 435 951	1,9	13,2
11.	İtalya	679 209	898 783	1 235 733	1,6	37,5
12.	Kanada	751 137	976 724	1 176 405	1,5	20,4
13.	Vietnam	622 569	916 168	1 065 373	1,4	16,3
14.	G. Kore	676 375	968 890	1 050 974	1,4	8,5
15.	Peru	680 947	856 247	1 021 321	1,3	19,3
…	…	…	…	…	…	…
26.	**Türkiye**	**257 946**	**463 439**	**450 163**	**0,6**	**-2,9**

Kaynak:Trademap, Kolombiya Verileri

EK-5: Türkiye'nin Kolombiya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**216 524**	**420 672**	**324 687**	**100**	**-22,8**
1.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	21 064	60 869	45 429	14	-25,4
2.	7214	İnşaat demiri	13 467	98 860	28 208	8,7	-71,5
3.	8904	Römorkörler ve itici gemiler	0	0	13 740	4,2	0
4.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler;	60	63	10 772	3,3	16998,4
5.	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	9 406	11 045	10 010	3,1	-9,4
6.	7229	Diğer alaşımlı çelikten teller	2 828	10 149	9 663	3	-4,8
7.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	5 433	6 678	9 187	2,8	37,6
8.	7419	Bakırdan diğer eşya:	12 866	8 176	8 391	2,6	2,6
9.	2523	Çimento	12 884	14 535	6 199	1,9	-57,4
10.	4411	Ağaçtan veya diğer odunsu maddelerden lif levhalar	2 144	4 140	4 803	1,5	16
11.	7215	Demir veya alaşımsız çelikten diğer çubuklar	696	2 773	4 780	1,5	72,4
12.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetlimetallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	582	2 021	4 536	1,4	124,4
13.	8479	Kendine özgü bir fonksiyonu olan diğer makinalar ve mekanik cihazlar	1 779	988	4 282	1,3	333,4
14.	5509	Sentetik devamsız lifden iplik (dikiş ipliği hariç) (toptan)	975	1 573	4 086	1,3	159,8
15.	2835	Fosfinatıar, fosfonatlar, fosfatlar ve poıifosfatlar	2 900	1 169	3 849	1,2	229,3

Kaynak:Trademap, Kolombiya Verileri

EK-6: Türkiye'nin Kolombiya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**1 013 176**	**1 691 473**	**2 468 136**	**100**	**45,9**
1.	2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	876 079	1 492 122	2 116 599	85,8	41,9
2.	2704	Taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen Kok /sömikok, karni kömürü	44 096	151 649	307 060	12,4	102,5
3.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	5 854	9 314	12 766	0,5	37,1
4.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	67 962	17 097	8 441	0,3	-50,6
5.	1511	Palm yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	0	1	5 387	0,2	538600
6.	7202	Ferro alyajlar	0	0	2 990	0,1	0
7.	7602	Aluminyum döküntü ve hurdaları	990	2 172	2 678	0,1	23,3
8.	2803	Karbon (tarifenin başka yerinde belirtilmeyen)	791	768	1 796	0,1	133,9
9.	0803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	10 644	12 842	1 249	0,1	-90,3
10.	0811	Meyveler ve sert çekirdekli meyveler (dondurulmuş)	148	433	973	0	124,7
11.	3206	Diğer boyayıcı maddeler , lüminofor olarak kullanılan inorganik ürünler	851	694	968	0	39,5
12.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	808	693	774	0	11,7
13.	4101	Sığır (bufalo dahil) ve at cinsi hayvanların ham post ve derileri	426	66	739	0	1019,7
14.	8428	Kaldırma, elleçleme, yükleme, boşaltma makinaları (asansörler, yürüyen merdivenler, konveyörler, teleferiklergibi)	0	0	414	0	0
15.	9602	Jelatin kapsülleri, işlenmiş lületaşı ve mamülleri, işlenmiş yontulabilir bitkisel veya mineral maddeler vb eşya	240	70	324	0	362,9

Kaynak:Trademap, Kolombiya Verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN KOLOMBİYA' YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAKLİYAT BEZELYELER	13.400	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU		213.000
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	40.778	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE. PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	27.035	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	4.800	
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	1.474.247	287.840
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	88.530	8.665
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK. PASTA. KEK. BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	261.160	25.873
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	52.482	10.251
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ. GOFRETLER	7.728.042	979.113
ŞEKER VE ŞEKER MAMULLERİ DİĞER ŞEKERLER	315.499	30.550
ŞEKER VE ŞEKER MAMULLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMULLERİ	900.970	
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	63.597	75.893
Genel Toplam	**10.970.539**	**1.631.185**

KOLOMBİYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	121,1	182,915
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	1,068,084	1,203,077
Değirmencilik	943,326	1,178,264
Diğer Gıda Müstahzarları	1,762,477	2,421,472
Hububat	2,561,739	3,315,600
Pastacılık Ürünleri	28,894	45,319
Şeker ve Şeker Mamulleri	311,883	412,082
Un ve Unlu Mamuller	337,704	415,776
Genel Toplam	**7.135.207**	**9.174.505**

KOLOMBİYA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	2,711,136	3,169,098
2	BREZİLYA	584,633	1,430,838
3	ARJANTİN	687,687	752,162
4	KANADA	495,808	530,141
5	BOLİVYA	473,942	485,779
6	PERU	155,169	222,375
7	MEKSİKA	136,548	201,198
8	EKVATOR	158,324	192,781
9	İSPANYA	82,294	103,749
10	ENDONEZYA	89,746	95,372
20	**Türkiye**	**15,235**	**22,49**

KOSTA RİKA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

KOSTA RİKA

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Kosta Rika
Yüzölçümü	51,100 km2
Nüfusu	5,18 milyon (2021)
Başkenti	San Jose
Önemli Şehirleri	Alaljuala, Cartago, Heredia, Puntarenas, Limon
Başbakan	Carlos Alvarado Quesada
Yönetimi	Başkanlık tipi Cumhuiyet
Dili	İspanyolca, Patua (Karayip Bölgesi İngilizcesi) ve diğer yerel diller
Dini	Hristiyan (% 56 Protestan, % 5 Katolik, % 39 Diğer)
Para Birimi	Colon (C)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

ACS, BCIE, CACM, CD, CELAC, ECLAC, FAO, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, LAES, LAIA (gözlemci),MIGA, NAM (gözlemci), OAS, OIF (gözlemci), OPANAL, OPCW, Pacific Alliance (gözlemci), PCA, SICA, SIECA, UN, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, Union Latina, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Güneyde Panama, kuzeyde ise Nikaragua ile komşu olan Kosta Rika'nın hem Karayip Denizi'ne hem de Pasifik Okyanusu'na kıyısı bulunmaktadır. Kıyı düzlükleri nemli olmakla birlikte, yüksekteki ovalarda iklim daha elverişlidir.

Siyasi ve İdari Yapı

Kosta Rika, başkanlık sistemine dayalı demokratik cumhuriyettir. Devlet Başkanı ve 2 Başkan Yardımcısı 4 yıllık süre için seçilmektedir. Yasama Meclisi 57 üyelidir. Milletvekilleri üst üste 2 seçimde aday olamamaktadırlar. Yasama Meclisi tarafından 8 yıllığına seçilen 22 üyeli Yüce Adalet Divanı bulunmaktadır. Ayrıca, 1989 yılında kurulan Anayasa Dairesi, Anayasa Mahkemesi olarak görev yapmaktadır.

Kosta Rika Devlet Başkanı ve Başbakanı, 8 Mayıs 2014 tarihinden 2018 yılı Nisan ayına kadar Luis Guillermo Solís olmuştur. Dört yılda bir yapılan başkanlık seçimleri ile seçilen Devlet Başkanı, Bakanlar Kurulu üyelerini atama yetkisine sahiptir.

57 üyeli Yasama Meclisi seçimleri ve Devlet Başkanlığı seçimlerinin ilk turu 4 Şubat 2018 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Seçimlerin ikinci turu ise 1 Nisan 2018 tarihinde yapılmıştır. Seçimlerde, Yurttaş Hareketi Partisi (PAC) adayı Carlos Alvarado oyların yüzde 61'ini, Milli Yeniden Yapılanma Partisi (PRN) adayı Fabricio Alvarado ise oyların yüzde 39'unu almıştır. Bu sonuçlara göre, Carlos Alvarado ülkenin en genç Devlet Başkanı, Başkan Yardımcısı Epsy Campbell Barr da bu göreve gelen ilk kadın ve Afrika asıllı Kosta Rikalı olmuştur.

15 Eylül 1821'de İspanya'ya karşı bağımsızlığını kazanan Kosta Rika'nın ilk Anayasası 7 Kasım 1949 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Ülke idari olarak 7 eyaletten oluşmaktadır. Bu eyaletler; Alajuela, Cartago, Guanacaste, Heredia, Limon, Puntarenas ve San Jose'dir.

Nüfus ve İstihdam

Yaklaşık 5,2 milyon nüfusa sahip olan Kosta Rika'da nüfus artış hızı %1,22, yaş ortalaması 30'dur. Nüfusun %23,1'i 0–14 yaş arasında, %69,6'sı 15–64 yaş arasında, %7,3'ü ise 65 yaşın üstündedir. Ülkedeki okur-yazarlık oranı %97,8'dir. Nüfusun yaklaşık olarak dörtte biri yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır.

Ülke nüfusunun %76,8'i kentlidir. Nüfusun %30'u başkent San Jose'de, %62'si Metropolitan Bölgesinde (San Jose, Cartago, Heredia ve Alajuela) yaşamaktadır. İşgücünün de %65'i bu bölgede yaşamaktadır.

Roma Katolikleri toplam nüfusun %76'sını oluşturmaktadır. Yaklaşık 2,2 milyon olarak tahmin edilen toplam işgücünün %14'ü tarım, %22'si sanayi ve %64'ü hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Kosta Rika, Latin Amerika ülkeleri içinde en kaliteli eğitim veren ülke ve işgücünün eğitim düzeyinin en yüksek olduğu ülkelerden biridir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Kosta Rika'nın en büyük doğal kaynağı hidroelektriktir. Ülkede bulunan yüzden fazla volkanik dağ içinde en büyüğü ve en aktif olan Arenal Volkanı 2010 yılında patlamış, 1968 yılında ise Tabacon şehrini haritadan silmiştir. Irazu Volkanı ise başkent San Jose'nin hemen doğusunda yer almakta ve şehri tehdit etmektedir. Nitekim 1963 ve 1965 yıllarında patlamanın külleri başkente kadar gelmiştir. Diğer volkanlar ise Miravalles, Poas, Rincon de la Vieja ve Turrialba'dır.

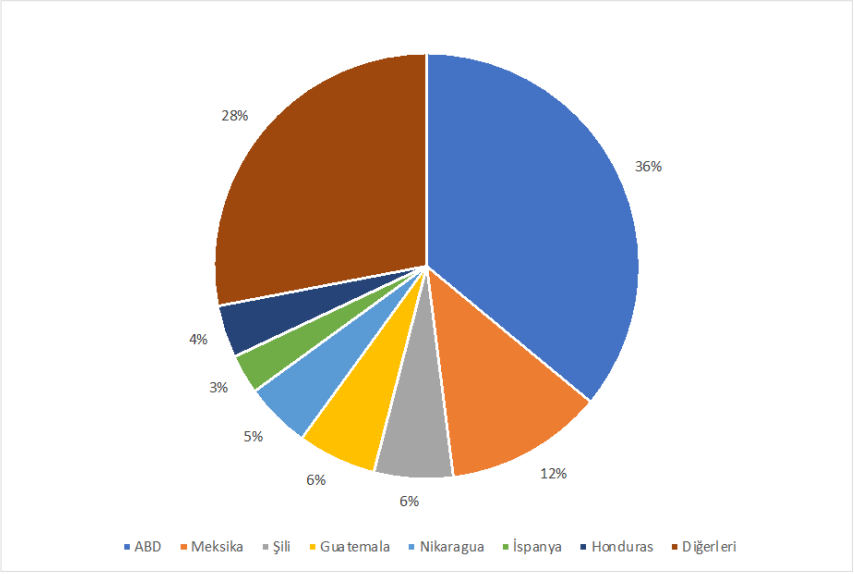
Volkanik faaliyetlerin yanı sıra şiddetli depremlerin, kasırga, sel ve toprak kaymalarının yaşandığı ülkenin başlıca çevre sorunları ormanlık arazilerin tahribi, sığır yetiştiriciliği ve tarım nedeniyle verimli arazilerin nitelik kaybetmesi, toprak erozyonu, kıyılardaki ve nehirlerdeki kirlilik, hava kirliliği, balıkçılığın korunması ve katı atık yönetimidir. Son on yılda temiz suya ulaşım konusunda kaydedilen gelişmelere rağmen atık suların yalnızca %3,5'i kanalizasyon sisteminde arıtılabilmektedir. Kanalizasyon sisteminin yalnızca yarısının düzenli olarak çalıştığı tahmin edilmektedir (Water and Sewage Institute, AyA).

Kosta Rika' ya Genel Bakış

Kosta Rika, 5,2 milyonluk nüfusunun %75'inden fazlasının San José çevresindeki metropol bölgesinde yaşadığı, Latin Amerika'daki en eski sürekli demokrasidir. Kosta Rika'daki diğer şehirler arasında Cartago (156.600 kişi), Limón (105.000 kişi), Puntarenas (102.504 kişi) ve Liberya (98.751 kişi) bulunmaktadır. Ulusal istatistiklere göre 2021 yılında Kosta Rika'da 1,65 milyon hane vardır. Çocuklu hanelerin %70'inin bir çocuğu, %21'inin iki çocuğu, %8'inin üç çocuğu ve sadece %2'sinin dört veya daha fazla çocuğu bulunmaktadır.

Kosta Rika, 2021 yılındaki 12.508 USD kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ile üst orta gelirli bir ülke olarak kabul edilmektedir. Son 25 yıldaki istikrarlı ekonomik büyüme, dış yatırım ve ticarete dayalı dışa dönük bir liberalleşme stratejisi tarafından yönlendirilmiştir. Ülke iyi eğitimli bir işgücüne, ABD'ye coğrafi yakınlığa ve özellikle "kıyıya yakın" faaliyet göstermek isteyen çok-uluslu şirketlere hitap eden cazip serbest ticaret bölgesi teşviklerine sahiptir. Küçük yüzölçümüne ve nüfusuna rağmen, Kosta Rika'nın elektriğinin %98'inden fazlasını yenilenebilir kaynaklardan üreten, iklim ve çevre konularında küresel liderler arasında bulunduğu belirtilebilir. Turizm, hizmet sektörü ve teknoloji ekonominin lokomotiflerindendir.

ABD, Kosta Rika'nın en büyük ticaret ve yatırım ortağıdır. Toplam doğrudan yabancı yatırımların yaklaşık %53'ü ve tüm ithalatın %40'ı ABD menşelidir. Kosta Rika, 2009 yılında ABD ile Orta Amerika Serbest Ticaret Anlaşmasını (CAFTA-DR) onaylayarak, son 13 yılda tarımsal ithalat üzerindeki neredeyse tüm tarifeleri kaldırmıştır. Pirinç ve süt ürünlerine ilişkin tarifeler ise 1 Ocak 2025 yılında kaldırılacaktır. ABD'nin Kosta Rika'ya tarımsal ihracatı, hammadde, işlenmemiş ürün ve tüketici odaklı ürünlerdeki yaklaşık %40'lık artışın etkisiyle 2021 yılında 1 milyar USD seviyesine ulaşmıştır.



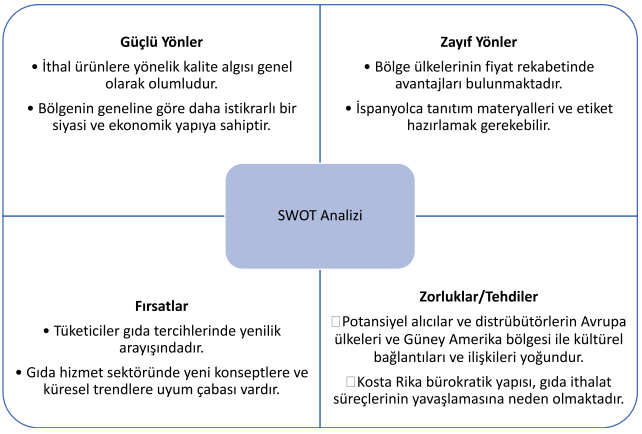
Şekil. Kosta Rika Tüketici Ürünleri İthal Edilen Başlıca Ülkeler

Kosta Rika, pirinç ve siyah fasulye dışında büyük ölçekli tarımsal faaliyet yürütmemektedir. Tavuk, domuz eti ve süt ürünleri endüstrilerini desteklemek için buğday, mısır ve soya fasulyesi tüketiminin %100'ünü karşılamak için ithalat gerçekleştirilmektedir. Yerel talebi karşılamak için de önemli miktarda pirinç ve kuru fasulye ithalatı gerçekleştirilir.

Kosta Rika'lı tüketicilerin, ABD gıda ve içecek ürünlerine yönelik yüksek pozitif algı ve tutumu yanı sıra 2009 yılında Orta Amerika Serbest Ticaret Anlaşmasının (CAFTA-DR) uygulanmasından bu yana ABD'nin bölgeye yaptığı ihracatın istikrarlı artışı, diğer ülke ve bölgeler için bir dezavantajdır. 2021 yılında ABD'nin Kosta Rika'ya tarımsal ürün ihracatı 997 milyon USD ile rekor seviyeye ulaşmış olup, Kosta Rika'nın ABD'ye tarımsal ihracatı ise 1,8 milyar USD düzeyindedir. 2021 yılında, neredeyse tüm ABD tarım ürünleri, CAFTA-DR kapsamında Kosta Rika tarifesine ücretsiz girerken, birkaç kategori (özellikle süt ürünleri ve pirinç), 2025 yılına kadar aşamalı olarak kaldırılacak olan CAFTA-DR tarife oranı kotalarına tabiidir.

Kosta Rika'da sığır eti, domuz eti, kümes hayvanları, süt ürünleri, şarap ve bira, atıştırmalık gıdalar, yemeye hazır yemekler, dondurulmuş gıda ürünleri, tahıllar ve evcil hayvan yemi gibi tüketici odaklı ürünler için güçlü pazar beklentileri bulunmakla birlikte potansiyel rakipler ve bu rakiplerin ticaret anlaşmaları ve lojistik kaynaklı avantajları dikkate alınmalıdır.

SWOT Analizi



Şekil. Kosta Rika Pazarı SWOT Analizi

Çoğu gıda üreticisi, hammaddelerini doğrudan ihracatçılardan ithal etmekte ve düşük sayıdaki üretici ise aracı ithalatçılar ve/veya distribütörler ile işbirliği gerçekleştirmektedir. Üreticilerin ülke çapındaki toptancılar, distribütörler ve perakendecilerin yanı sıra oteller, restoranlar ve kurumsal diğer işletmeler için kendi dağıtım kanalları vardır. Yerli ve ithal ürünler için dağıtım kanalları önemli ölçüde farklılık göstermektedir.

Kosta Rika'nın perakende sektörü ise süpermarketler, hipermarketler, mini marketler ve yaklaşık 20.000 Mom&Pop Store'dan oluşmaktadır. Genel olarak Kosta Rika'lı tüketiciler fiyata duyarlıdır ve toplu alışveriş alışkanlığı her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Ülkedeki başlıca gıda perakendecileri ise Walmart, AutoMercado, Pali, Perimercados, PriceSmart, Mega Super, Fresh Market, Pequeño Mundo, Mayca Retail Stores ve Saretto'dur.

Avantajlar

- Gıda sanayi çeşitli hammadde, ara-madde ve katkı maddesi içeriği ihtiyacına ve bunların yalnızca ithalat yoluyla temini seçeneğine sahiptir.
- Kosta Rika, yeni ithal edilen ürünler için kayıt sürelerini kısaltan bir çevrimiçi ürün kayıt sistemine sahiptir.
- Güçlü bir turizm sektörünün beslediği (yerli ve uluslararası), güçlü hazır yemek hizmet sektöründe ihracatçılarımız için çeşitli fırsatlar oluşabilir.
- Kosta Rika, tahıl ve baklagillerde ithalata bağımlı olup kendi kendine yeterli değildir.
- Kosta Rika genellikle bilimsel verilere dayalı uluslararası standartları esas almaktadır.
- Kosta Rikalılar daha fazla miktarda donmuş ve hazır gıda tüketmeye başlamıştır.

Dezavantajlar

- ABD'nin coğrafi yakınlığı, pazarlama ve ticaret için lojistik avantajlar sağlamaktadır.
- ABD ihracatçıları, yerel talebe göre farklı hacimlerde tedarik yapabilir ve güvenilir bir tedarikçi olarak görülmektedir.
- CAFTA-DR kapsamında neredeyse tüm tarım ürünleri için daha düşük vergiler uygulanmaktadır. Neredeyse tüm ABD tarım ürünleri üzerindeki tarifeler 2020 yılında aşamalı olarak kaldırılmıştır.
- ABD gıda ürünleri fiyat ve kalite açısından ülkede rekabetçi bir pozisyona sahiptir.

– Ürünleri küçük boyutlarda paketlenmiş olarak satan ve küçük perakendeciler olan yaklaşık 20.000 Mom & Pop store, daha düşük miktarlı ve ambalajlı ürün taleplerine sahiptir.
– Gıda sanayine yönelik hammadde ve ara-mamul satışları için Orta Amerika, Güney Amerika ve Çin ile de artan rekabet söz konusudur.
– Yavaş ve hantal bürokrasi, ülkede iş yapmayı zorlaştırabilmektedir
– Bölgesel turizm destinasyonlarına göre nispeten yüksek fiyatlar ve yurt içi ulaşım zorlukları bulunmaktadır.
– Güney Amerika tahılları ile Çin fasulyesi fiyat ve kalite açısından rekabetçi özelliklere sahiptir.
– Tüketime hazır gıdaların bölgesel tedarikçileri, fiyat açısından rekabetçi ve yerel lezzet profillerine uygun ürün arzı gerçekleştirmektedir.

Pazara Giriş

Kosta Rika pazarına ilişkin dikkate alınması gereken bazı önemli hususlar ve öneriler, aşağıda yer almaktadır;

– Ticarette kişiselleştirilmiş bir yaklaşım - hizmet ve teslimata sürekli dikkat, sık ziyaretler ve takipler Kosta Rika'da önemlidir.
– Kosta Rika'nın ithalat prosedürlerine adaptasyon ve uyum zorluklar taşıyabilir. Deneyimli temsilciler, acenteler ve ithalatçılar ile çalışmak sonuç alıcı bir yaklaşım olabilir, ülkede çok sayıda bu niteliklere sahip potansiyel partner bulunmaktadır.
– Kosta Rika mevzuatı, iki ana temsil biçimini esas almaktadır; biri temsilci ve bir diğeri distribütördür.
– Ülkede temsilciler aynı zamanda bir vekil olarak kabul edilebilmektedir. Bir kişinin aynı anda hem temsilci hem de acente veya distribütör olması mümkündür.
– Temsilci veya distribütörlerle yapılacak sözleşmenin içeriği, ihracatçı ile temsilci arasındaki her türlü ilişkinin hukuki dayanağını belirleyeceği için son derece önemlidir.
– Sözleşmeler yazılı olmalı ve üst düzey karar vericilere danışılarak yapılmalıdır.
– Kredi koşulları: İthalatçının bir ihracatçıya sipariş vermesi ile perakendecilerden ödemeyi tahsil etmesi arasında 3 ila 4 ay geçebilir.
– Ticari marka tescili ve koruması önemlidir.
– İş sektöründeki Kosta Rikalıların çoğu iki dilli olmasına rağmen, basılı materyaller İspanyolca olmalıdır.

Gıda İthalat Standart ve Yönetmelikleri

Gıda ithalat sürecinde rol sahibi Kosta Rika otoriteleri ve görevleri aşağıdadır;

– Sağlık Bakanlığı Kayıt ve Kontrol Departmanı (Ministerio de Salud, Dirección de Registros y Controles): İşlenmiş gıda ve içecekler sorumluluk alanındadır.
– Bitki Sağlığı Servisi (Servicio Fitosanitario del Estado): Tahıllar ve yağlı tohumlar, taze meyve ve sebzeler ve diğer taze meyve/sebze kökenli ürünler, süs bitkileri sorumluluk alanındadır.
– Ulusal Hayvan Sağlığı Servisi (Servicio Nacional de Salud Animal): canlı hayvanları ve hayvansal ürünleri – taze et ve et ürünleri, süt, peynir, yumurta vb. – evcil hayvan yemi, hayvan yemi ve evcil hayvan/hayvan yemi bileşeni olan hammadde ve ara-mamuller sorumluluk alanındadır.

Pazar Yapısı ve Trendler

Kosta Rika'lı tüketiciler her ne kadar yeni ürünler deneyimlemeye açık olsa da pirinç ve fasulye gibi geleneksel gıdalar ülkedeki diyetin temel öğeleri olmaya devam etmektedir. Örneğin Kosta Rika, tüketime hazır gıdaların hane içi gıda bütçelerinin önemli bir bölümünü oluşturduğu bölgedeki tek ülkedir. Sığır eti, pirinç, ekmek ve seb-

zeler Kosta Rikalı tüketiciler için tipik olarak en büyük gıda harcamalarıdır. Hane halkı alımlarında bu ürünleri alkolsüz içecekler ve süt ürünleri takip etmekte olup, peynirden daha çok süt tüketilmektedir. Genel olarak, tüm et, kümes hayvanları ve domuz ürünleri sıklıkla tüketilen ürünler arasındadır.

Deniz ürünleri tüketimi artmaya başlasa da diğer protein kaynaklarına göre daha az tüketilmektedir. Buğday ve mısır bazlı ürünler, kentsel alanlarda daha büyük miktarlarda ve yaygın olarak tüketilmektedir. Farklı tüketici tercih araştırmalarına göre, ülkedeki ortalama gelir düzeyine sahip olan ve en yüksek nüfuslu sosyo-ekonomik gruptan tüketiciler vegan, vejeteryan, organik ve az şekerli gıdalara ilgi göstermektedir. Vegan gıdalara ilgi gösterenlerin 7/10'si 21 ile 50 yaşları arasındadır. Çevre dostu ambalajlamaya ve çevresel etkilere yönelik artan farkındalık dikkat çekicidir. Kosta Rika, Ağustos 2021 yılında strafor ambalaj ve kapları yasaklamıştır.

Kosta Rika, pandemi önlemlerinin bir parçası olarak Mart 2020 yılında sınırlarını geçici olarak kapatmıştır. Kosta Rika Turizm Kurulu'na (ICT) göre, Eylül 2022 yılındaki turizm seviyeleri Eylül 2019 yılındaki seviyelerin %76'sına ulaşmış ve ABD orijinli turizm hareketliliği COVID öncesi seviyelere göre %35 artmıştır. Eylül 2022 yılına kadar Kosta Rika'ya hava yoluyla gelen 1,6 milyondan fazla yolcunun %70'inden fazlası, yaklaşık 1 milyon ABD'li turist de dahil olmak üzere Kuzey Amerika'dan gelmiştir. Kosta Rika'daki oteller ve tatil köyleri, eko-turizme özel önem vererek, büyüyen iş ve turizm endüstrileri için geniş konaklama seçenekleri sunmaktadır.

COVID-19 salgını etkisini göstermeye başladığında, bir daha tekrar açılmayanlar da dahil olmak üzere binlerce restoran hızla kapanmak zorunda kalmıştır. Yemek servisi operasyonları, esasen yerel bir müşteriye hizmet vermek için envanterleri ve işletim formatlarını (daha küçük hacimler ve daha küçük ciro) uyarlamıştır. Restoranlar, menüler yerine akıllı telefonlarla QR kodlarını taramak ve fiziksel teması azaltmak gibi teknoloji ve önleyici sağlık protokollerinin kullanımında yenilikler yapmaya devam etmektedir. Restoran sektörünün büyümesi yavaştır, ancak ihracatçılara San José bölgesinde uluslararası franchise'lar ve kaliteli yemek satış yerleri için tedarikçiler arasında yer alma fırsatları bulunmaktadır. Son yıllarda, Amon, Otoya, Aranjuez, Dent, Los Yoses ve Escalante'nin eski yerleşimlerindeki yenilikçi kuruluşlarla, doğu San José'deki mahalleler yemek ve restoran sektörü için cazibe noktaları haline gelmişlerdir.

Gıda ve Tarımsal Ürün İthalatı

Kosta Rika'nın ekonomik toparlanmasının 2023 yılında devam etmesi ve gıda ürünleri ve hammaddeleri için ihracat fırsatlarının artması beklenmektedir. Et, domuz eti ve kümes hayvanları satışları son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Unlu mamuller ve şekerleme ürünleri, tuzlu çeşniler gibi bazı ürün kategorilerinde ülkenin ithalatı dikkat çekici büyüme seviyeleri göstermektedir. Gurme ürünler ve tüketime hazır gıdalar ülke genelinde yaygın olarak dağıtılmaktadır. Bu ürünler ağırlıklı olarak yüksek ve orta gelirli tüketiciler tarafından tüketilmektedir.

Sağlıklı ve gurme atıştırmalık ürünlere olan talep de artmaktadır. Glutensiz atıştırmalıklar ve organik ürünler, kuru meyveler, tam tahıllar ve ürünleri ile özellikle sağlık bilincine sahip tüketiciler arasında rağbet görmektedir. Sağlıklı ürünlere yönelik bu trend, atıştırmalık gıdalarla sınırlı değildir. Organik ve ambalajlı ürünler, glutensiz ürünler, vejetaryen/vegan ürünler ile bitki bazlı gıdalar gibi niş gıda maddelerine olan talep artmaktadır. Etkileyici büyüme seviyelerine sahip diğer ihracat kalemleri arasında atıştırmalık gıdalar, alkolsüz/meyve suyu içecekleri, kuruyemişler, işlenmiş sebzeler, çikolata ve kakao ürünleri ile evcil hayvan yemi yer almaktadır.

(Çizelge. Kosta Rika Başlıca Tarımsal Ürün İthalatçısı Ülkeler (2017-2021, USD)

	2017	2018	2019	2020	2021
Dünya	1790031091	1883465698	1896572129	1903395753	2403963392
ABD	811505103	873640430	839859364	838056309	1122560002
Meksika	138361897	146650533	153440860	152473056	188383542
Nikaragua	112032900	105930342	113245903	114117670	128447742
Kanada	67299312	69353953	76853781	80338302	106942827
Guatemala	86056187	88734912	87172051	82367104	87713785
Brezilya	27862493	44528653	45044844	73667189	80405686
Şili	96684718	8677376	80929581	69937113	78682966
Honduras	26293697	31544656	44480644	43486669	59297461
İspanya	37017557	38802945	41484531	43432823	59188775
Hollanda	31379043	27338197	29882457	29607410	42933062
Çin	31379043	27338197	29882457	29607410	42933062

Trade Data Monitor

Kosta Rika Gıda Sanayi Profili

Komşuları Guatemala ve Kolombiya ile karşılaştırıldığında, Kosta Rika nispeten küçük bir gıda sanayine sahiptir. Ancak küresel erişime sahip birçok yerli şirket ülkede faaldir. Bazı büyük gıda üreticileri hâlihazırda doğrudan ABD'den ithalat yapmakta ve birçok küçük üretici, bileşen ve hammaddelerinin ithalat yoluyla tedarikini yerel distribütörler aracılığıyla gerçekleştirmektedir. İthal edilen gıda bileşen ve hammaddelerinin çoğu, şekerleme ve unlu mamuller, soslar ve çeşniler, tatlı ve tuzlu premiksler, süt ürünleri ve içeceklerin üretiminde kullanılmaktadır.

Özellikle pandemi sonrası sürecin sık karşılaşılan bir küresel pazar karakteristiği olarak beslenme, sağlık ve sıhhat konularına artan tüketici ilgisi, içecekler, meyve suları, çaylar ve şekerlemeler dâhil olmak üzere organik ve doğal ürünlere yönelik güçlü talebi desteklemeye devam etmektedir. Bu talep, üreticileri daha sağlıklı paketlenmiş/hazır gıda seçeneklerini genişletmeye yönlendirmektedir. Bu segmentteki büyüme, baharatların yanı sıra doğal katkı maddeleri, koruyucular ve tatlandırıcılar dahil olmak üzere organik ve sürdürülebilir bileşenlere olan talebi artırmaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkiler, baharatlar, fonksiyonel gıdalar, çeşniler, bitki ekstraktları, omega-3 yağ asitleri, diyet lifi kaynakları ve antioksidan bileşen üreticileri, Kosta Rika gıda sanayinin mevcut ve artan talebini karşılamak üzere ülkeye ihracat gerçekleştirebilirler.

Kosta Rika'da faal olan başlıca gıda üreticileri arasında Cargill (kümes hayvanları, işlenmiş et, yumurta, domuz eti ve hayvan yemi); Del Monte (bütün meyveler, meyve suları ve konserve meyveler); Bimbo (unlu mamuller); Nestlé (süt, şekerleme); Demasa (mısır ve atıştırmalıklar için hammadde); Sigma Alimentos (işlenmiş etler, süt ürünleri, hazır yemekler, tüketime hazır kahveler, konserve ve diğer uzun ömürlü gıdalar); Chiquita, Dole ve Del Monte (meyveler, püreler ve konsantreler); Unilever (genel işlenmiş gıdalar); Riviana (un, tahıllar), INOLASA (Orta Amerika'nın en büyük soya fasulyesi işleyicisi) bulunmaktadır.

Kosta Rika Gıda Perakendeciliği

2022 yılı itibari ile Kosta Rika'daki perakende alışveriş alışkanlıkları pandemi öncesi kalıplara daha çok benzemeye başlamıştır. Ancak ülkedeki perakendeciler, yalnızca raflarını doldurmak için değil, aynı zamanda Kosta Rikalı tüketicilere yeni trendler sunmaya yardımcı olmak için ithal gıdalara güvenmektedir. Tüketicilerin organik, doğal ve "temiz etiketli" "(clean label) ürünlere yönelik artan pozitif ilgileri ile birlikte ambalajlı tüketim malları ve tüketime hazır gıdalara yönelik talep de Kosta Rika'da yükselmektedir. Ülkede perakende satışları 2021 yılında değer bazında %2 büyüme göstermiştir. Kosta Rika'da gıda perakendeciliğinin başlıca tedarikçileri arasında ABD

öne çıkmakta olup diğer önde gelen ihracatçıları arasında Meksika, Nikaragua, Şili, Guatemala ve İspanya bulunmaktadır. Kosta Rika'da faal olan büyük perakende satış noktalarındaki ürünlerin %50'den fazlasının ithal edildiği tahmin edilmekte olup ve bu ithalatın %32'si ABD'den gerçekleştirilmektedir.

Pandemiden önce Kosta Rika perakende sektörü büyümesi, kısmen promosyon faaliyetleri, tüketicilerin krediye erişimi ve e-ticaret platformlarının artan penetrasyonu nedeniyle mütevazi düzeylerdeydi. Pandemi dönemi boyunca perakende mağazaları arasında artan rekabet, geleneksel market perakendecilerini daha geniş giyim, ev aletleri ve temizlik ürünleri arz etmeye teşvik etmiştir. Bu genişleyen satış noktalarından bazıları, yeni dağıtım fırsatları ve kategoriler arası ticaret için fırsatları genişleten Pequeño Mundo, Ekono ve Libreria Universal'ı içerir. Ayrıca pandemi süreci eve teslim hizmetlerinde ve pişirmesi kolay yemeklerin tüketiminde büyümeyi hızlandırmıştır.

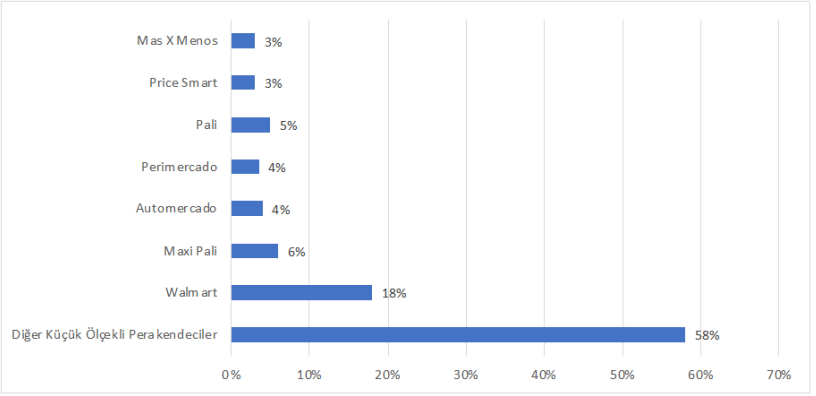
Kosta Rika gıda perakendeciliğinde dikkat çeken bazı hususlar aşağıda yer almaktadır;

– Çok Kanallı Alışveriş: Üstün bir müşteri deneyimi sunmak için mağaza içi alışverişin avantajlarını çevrimiçi rahatlığıyla birleştirme yöntemi, Kosta Rika'da iyi karşılanmıştır. Bununla birlikte, temkinli tüketiciler, kendilerini tek bir perakendeciye adamak yerine genellikle satın alımlarını farklı perakende mağazalarından gerçekleştirmektedirler.
– E-Ticaretin Yükselişi: Büyük perakendeciler pandemi döneminde e-ticaret platformlarını geliştirirken, bağımsız ve küçük marketler daha büyük perakendecilerin sanal platformlarıyla rekabet etmekte zorlanmıştır. Alışveriş yapanlar pandemi öncesi modellere döndükçe e-ticaretin toplam market satışlarındaki pazar payını kaybetmesi beklenirken, e-ticaret ile tüketici konforu hızlı bir olgunlaşma göstermiştir. Kosta Rika ekonomik faaliyetinin ve nüfusunun çoğunluğuna ev sahipliği yapan metropol bölgesi genelinde e-ticaretin benimsenmesi, diğer çeşitli hizmetler ile birlikte gıda alışverişi için de kapıya teslimat esaslı alışveriş kültürünün yaygınlaşması ile sonuçlanmıştır. Teslimat platformları ve uygulamaları, tüketicileri cezbetmek için yeni yollar geliştirmeye devam ederek onları daha geniş bir tüketici kitlesi için her zamankinden daha vazgeçilmez kılma çabasındadır.
– Private Label Ürünler ve Fiyat Bilincine Sahip Tüketiciler: Yükselen enflasyon, Kosta Rika para birimi Colón'un USD karşısındaki değerinin düşüşü, küresel tedarik zinciri zorluklarının devam eden dalgalanma etkileri ve 2022 yılı siber saldırısının Kosta Rika hükümet sistemleri üzerindeki etkisinin tümü, tüketiciler arasında fiyat hassasiyetini arttırmıştır. Hâlihazırda popüler olan private label ürünlerin (özellikle pirinç, fasulye, makarna ve ekmek gibi temel ürünler ile unlu mamuller ve atıştırmalık ürünler olmak üzere) güçlenen satış düzeylerinin daha da artışı beklenmektedir.
– Ready-To-Eat Ürünler ve Mağaza-İçi Toplu Tüketim Yerleri: Kosta Rika'lı tüketiciler, perakendeciler tarafından üretilen tüketime hazır ürünlere ve taze ürünlere giderek daha fazla ilgi göstermektedir. Salatalar, sandviçler ve kızarmış tavuklar, Kosta Rikalı tüketiciler için, perakende alanında yemek tüketimi de dahil olmak üzere, giderek daha popüler seçenekler haline gelmiştir. Walmart ve Automercado, bu tüketici harcamalarından daha fazla pay alabilmek için yerinde mağaza-içi kafeterya hizmetleri sunmaya başlamıştır.

Perakendecilik alanındaki rekabet, mevcut kuruluşları markalarına değer katmak ve daha fazla tüketici çekmek için yeni yollar aramaya yöneltmektedir. Automercado, PriceSmart, Saretto ve Mas x Menos gibi büyük süpermarket zincirleri, rekabetçi fiyatlandırma stratejileri uygulamak ve daha geniş indirim oranları sunmak için ölçek ekonomilerini kullanmaya çalışmaktadırlar. İthalatı desteklemek ve yeni ürünleri tanıtmak için yapılan son pazarlama kampanyaları arasında sanal yemek kursları, Instagram

"hikayeleri", sanal tadımlar, sanal yarışmalar, sosyal medyada canlı röportajlar ve ürün promosyonları yer almaktadır. Kosta Rika perakendecileri, ithal ürün tedarikçilerinden aşağıdaki faaliyetlerin yürütülmesi beklentisindedir;

- Private-label ürünlerin tanıtımının yapılması,
- Yenilikçi gıda ve içecek ürünlerinin tanıtılması,
- Yeni tüketicileri çekmek için e-ticaret ve dijital pazarlama promosyonlarının desteklenmesi,
- Çevre dostu ambalajlı ürünlerin arzının arttırılması.



Şekil. Kosta Rika'da Faal Başlıca Gıda Perakendecileri ve Pazar Payları

Kosta Rika Gıda Perakendeciliği Profili

Kosta Rika'daki dört büyük süpermarket perakendecisi; Walmart (ABD), Auto-Mercado (Kosta Rika), PriceSmart (ABD) ve Megasuper'dir (Kolombiya). Pulperías ve Mini supers dahil olmak üzere küçük formatlı mağazalar, düşük gelirli hanelere hitap eden bireysel porsiyonlar ve daha küçük formatlı ürünler sunan, ülke genelinde en çok sayıya sahip perakende alışveriş mağazası olmaya devam etmektedir. AM/PM, Fresh Market ve 7-Eleven marketleri gibi Vindi mağazaları da varlıklarını arttırmaktadır. Kosta Rikalılar, işçi sınıfı banliyö mahallelerinde ve kırsal bölgelerde hala karşılaşılan geleneksel "pulpería"ların yerini yavaş yavaş alan bu mağazalara giderek daha fazla ilgi duymaktadır. Kosta Rika'da 10.000'den fazla pulpería ve mini-market bulunmaktadır. Bu mağazalar, yerel müşterilere tipik olarak gayri resmi kredi koşulları sunduğundan, düşük gelirli haneler için vazgeçilmez olmaya devam etmektedir. Bu geleneksel perakendeciler, özellikle daha yaşlı bir tüketici tabanı tarafından günlük, mahalle alışverişi için tercih edilirler. Boyut kısıtlamaları nedeniyle, bu mağazalar daha küçük hacimlerde satın alım gerçekleştirmek için ithalatçılarla birlikte çalışırlar. Genellikle standart formattaki paketleri daha küçük miktarlara/hacimlere ayırırlar.

Çizelge . Başlıca Kosta Rika Gıda Perakendecileri

Perakendeci	Kategori	Mağaza Sayısı
Maxi Pali/Pali	Süpermarket	234
Inversiones AM/PM	Mini-market	83
Mega Super	Süpermarket	70
Super Compro /Guessa	Süpermarket	52
Automercado	Süpermarket	42
Mas x Menos	Süpermarket	39
Fresh Market	Mini-market	34
Perimercados	Süpermarket	17
Mayca Retail Stores	Kolaylık Marketi	16
Walmart	Hipermarket	14
PriceSmart	Toptan Satış Mağazası	8

Rekabet

Ülkemiz ihracatçıları Kosta Rika pazarında birçok alanda güçlü yerel rekabetin yanı sıra başta ABD olmak üzere diğer ülkelerden ihracatçılarla artan rekabetle karşı karşıya kalacaktır. Kosta Rika'lı üreticiler özellikle et (taze ve işlenmiş), süt ürünleri, kahve, baharatlar, çeşniler/soslar, bitkisel yağlar, şekerlemeler ve çikolatalar, makarna, atıştırmalıklar, unlu mamuller ve pastacılık ürünleri, çorbalar, içecekler (bira, şişelenmiş su, meyve suları) ve tabii ki tropikal sebzeler ve meyveler için rekabetçi olarak tanımlanabilirler.

Fırsatlar

Genel olarak, ülkemiz ihracatçıları için en karlı beklenti, atıştırmalıklar, çeşniler ve sosların satışına ilişkin olabilir. Daha uygun formatlara ve daha sağlıklı gıda seçeneklerine yönelik son eğilimler, işlenmiş meyve ve sebze (özellikle konserve meyveler) ve atıştırmalık gıdalar (cips, kurabiye ve şekerlemeler dahil) ihracatına yönelik beklentileri iyileştirmiştir. İşlenmiş meyve ve sebzeler, özellikle meyve ve sebze karışımları, tatlı mısır, bezelye, mantar ve nohut, güçlü bir ithalat talebi oluşturmaktadır. Pirinç, makarna ve unlu mamuller gibi temel ürünlerin yanı sıra atıştırmalık gıdaların da Kosta Rika pazarında iyi performans göstermeye devam etmesi beklenmektedir.

Kosta Rika'da sağlıklı ve/veya gurme atıştırmalık ürünlere olan talep artmaktadır. Doğal bileşenler, kuru meyveler, tam buğday ve yüksek kaliteli malzemeler içeren atıştırmalıklar, sağlık bilincine sahip tüketiciler arasında popülerlik kazanmıştır. Ayrıca organik, glutensiz ve ketojenik ürünler gibi niş gıda maddelerine olan talep de artmakta ve bu da ülkemiz ihracatçıları için yeni fırsatlar sunmaktadır.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	63,95	61,45	61,18	64,5	67,91	71,6	75,67	80,38
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	2,2	-4,8	2,6	3,3	3,1	3,1	3,2	3,3
Kişi Başına Düşen Milli Gelir(Cari Fiyatlar- $)	12,599	11,982	11,806	12,319	12,835	13,394	14,008	14,726
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	2,1	0,7	1,2	1,1	1,4	2,1	2,5	2,9
Cari Ödemeler DengesininGSYİH'ya Oranı (%)	-2,3	-2,6	-3,2	-3	-2,9	-2,7	-2,7	-2,7
Toplam Yatırımların GSYİH'ya Oranı (%)	16,2	15,9	16,8	17,5	18,1	18,5	18,7	19
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı(%)	12,4	20	16	14	12	10,5	9,5	9
Nüfus (milyon)	5,08	5,13	5,18	5,24	5,29	5,35	5,4	5,46

Kaynak: IMF

Kosta Rika, turizm, tarım ve tıbbi cihaz ürün ihracatına, gelişmiş hizmet sektörüne dayalı, istikrarlı bir ekonomiye sahiptir. Ülkenin iyi eğitim almış işgücünün yanı sıra, ülke Orta Amerika'da Kuzey ve Güney pazarlarına kolay giriş imkânına sahiptir. Topraklarının 1/4 'i milli park statüsünde olan Kosta Rika, ekolojik turizm konusunda tercih edilen bir ülkedir.

Ülkenin başlıca tarım ürünleri muz, ananas, kahve, kavun, süs bitkileri, şeker, mısır, pirinç, fasulye, patates, sığır eti, kümes hayvancılığı, süt ürünleri ve kerestedir. Sanayi üretimi ise mikroişlemci, gıda işleme, tıbbi cihaz, tekstil ve hazır giyim, inşaat malzemeleri, gübre ve plastik ürünleri üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Tarım ve tarıma dayalı sanayiden oluşan ekonomik yapı yıllar içinde ileri teknoloji, mühendislik, yazılım, bilgisayar, elektronik, tıbbi cihaz gibi sektörlere; hizmetler sektörüne; reklamcılık, pazarlama ve mimari gibi alanlara; geleneksel olmayan tarıma ve turizme dayalı bir yapıya dönüşmüştür. 2000 yılından bu yana hizmetler sektöründe faaliyet gösteren şirket sayısı 20 kat artmıştır.

Bölgenin yaşam standardı en yüksek ülkelerinden olan Kosta Rika, yıllık 15.000 USD kişi başı gelir, %8,6 oranında işsizlik ve %2 civarında enflasyon ile genel olarak olumlu ekonomik göstergelere sahiptir. Geleneksel ihraç ürünlerinin yanı sıra Amerikan yatırımlarının yoğunlaştığı yüksek teknoloji alanında (mikroişlemci üretimi) ülke önemli mesafe kaydetmiştir. Turizm ülke için önemli bir döviz kaynağıdır. Diğer Latin Amerika ülkeleri ile karşılaştırıldığında yurt dışı işçi gelirlerinin ülke ekonomisinde çok yüksek bir paya sahip olmadığı (%2) görülmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Kosta Rika dış ticaret hacmi 2020 yılında 26 milyar USD olarak gerçekleşmiş, bunun 11,6 milyar USD'lık kısmını Kosta Rika'nın ihracatı, 14,5 milyar USD'lik kısmını da ithalatı oluşturmuştur. Kosta Rika sürekli dış ticaret açığı vermektedir.

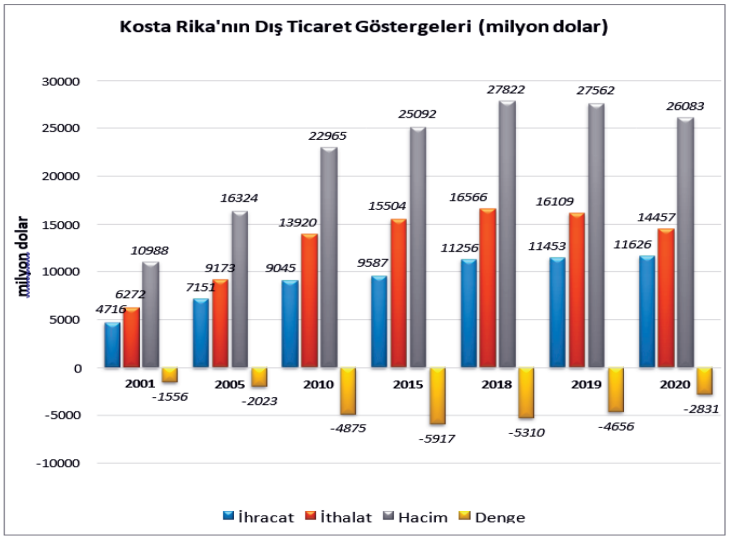
Kosta Rika'nın 2020 yılı ihracatında ilk sırada 3,1 milyar USD'yle Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar, ikinci sırada 1,1 milyar USD'yle muz, üçüncü sırada 928 milyon USD'yle hurma, incir vb. yer almaktadır.

Kosta Rika'nın ithalatını ağırlıklı olarak petrol yağları, ilaçlar, otomotiv ürünleri, telefon cihazları, bilgi işlem makineleri ve plastikler oluşturmaktadır.

Kosta Rika'nın ihracatının ülke bazında fazla çeşitli olmadığı, ağırlıklı olarak ABD ve AB ülkelerine yöneldiği görülmektedir. Hâlihazırda 42 ülke ile Serbest Ticaret Anlaşması bulunan Kosta Rika, ihracatının yaklaşık %90'ını bu ülkelere gerçekleştirmektedir. Ülkenin 2020 yılı ihracatında %43,5 payla ABD ilk sırada yer almaktadır. Hollanda (%7,7), Belçika (%5,3) ve Guatemala (%5,1) ise ülkenin diğer önemli ihraç pazarlarıdır.

2020 yılı ithalatının %37,4'ünü ABD'den gerçekleştiren Kosta Rika'nın diğer başlıca tedarikçileri Çin (%14,5), Meksika (%6,8), Guatemala (%2,8) ve Almanya'dır (%2,6). Türkiye ise aynı yıl Kosta Rika'nın ithalatında %0,5 payla 31. sırada yer almıştır.

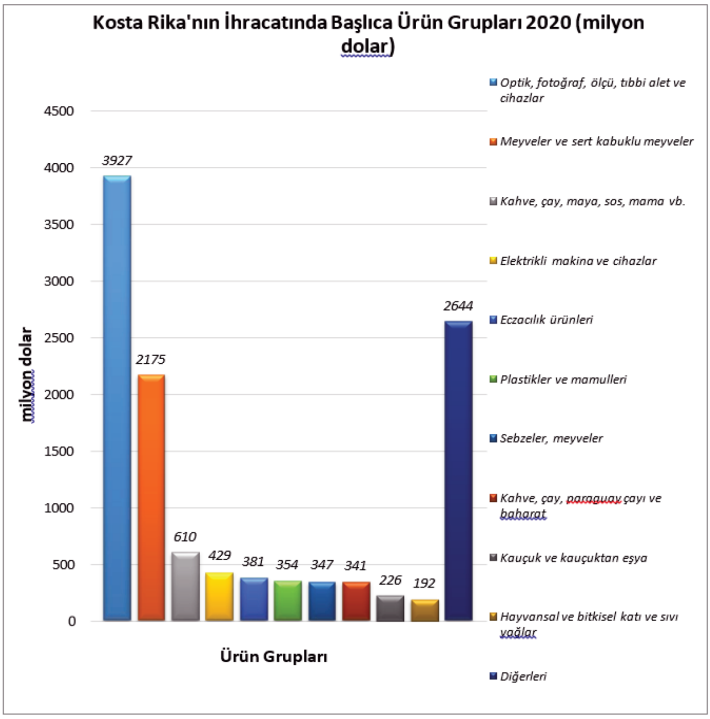
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

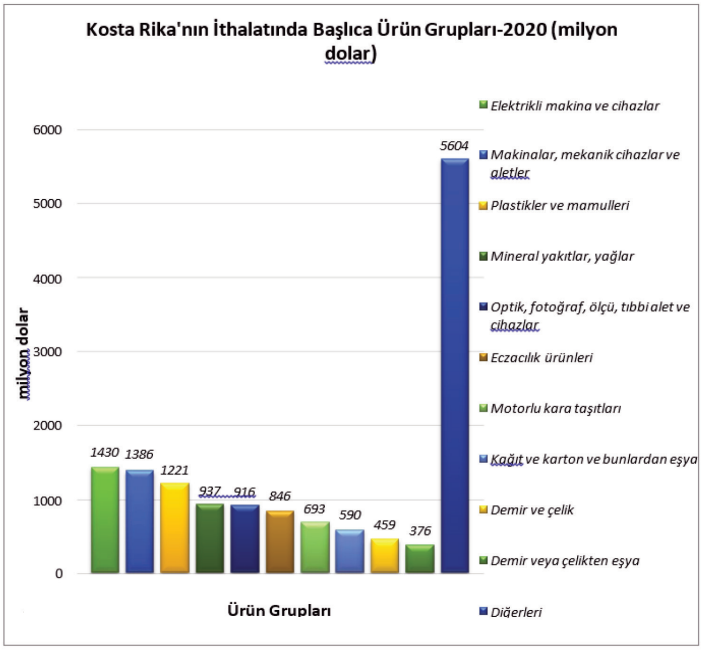
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

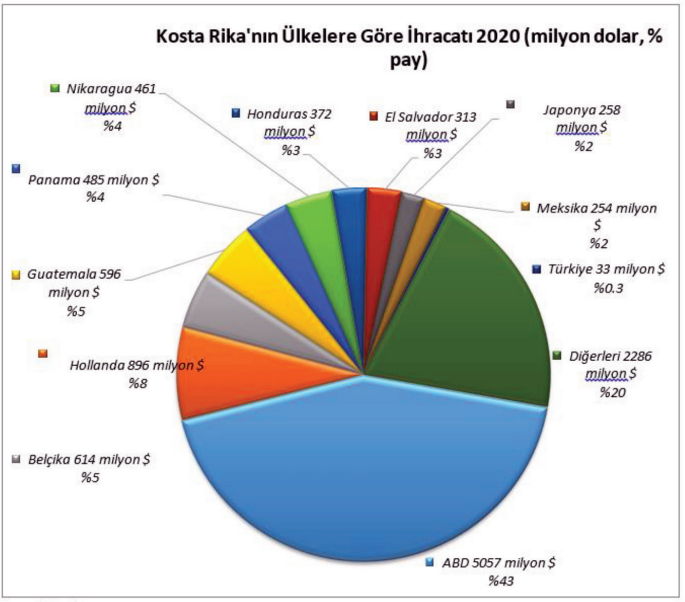
İthalat



Kaynak: Trademap

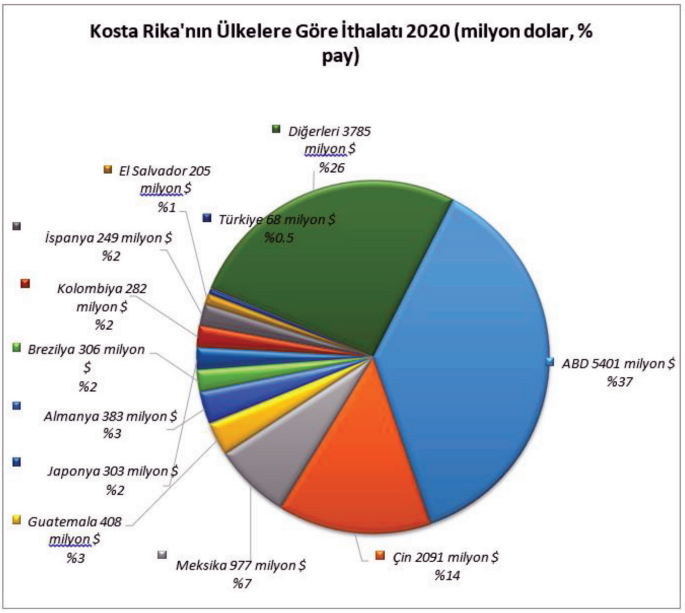
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

– Ekonomik serbestlik endeksine göre Kosta Rika, dünyada 178 ülke arasında 72. sıradadır. (Singapur 1.Türkiye 76.) (The Heritage Foundation-2021)

– Küresel rekabetçilik açısından dünyadaki 141 ülke arasında Kosta Rika 62. sıradadır. (Singapur 1.Türkiye 61.) (World Economic Forum-2019)
– İş yapma kolaylığı açısından Kosta Rika, dünyada 190 ülke arasında 74. sıradadır. (Yeni Zelanda 1. Türkiye 33.) (Dünya Bankası-2019)
– Ekonomik serbestlik endeksine göre Kosta Rika, dünyada 178 ülke arasında 72. sıradadır. (Singapur 1.Türkiye 76.) (The Heritage Foundation-2021)

2000-2008 yılları arasında düzenli biçimde artarak 2 milyar USD'yi aşan, krizin etkisinin tüm dünyada hissedildiği 2009 ve 2010 yıllarında ise bir miktar gerileyen doğrudan yabancı yatırım girişleri, 2015 yılında en yüksek seviyeye ulaşarak yaklaşık 2,9 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında ise 2,8 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Bu yatırımların %46'sı ABD kaynaklıdır. Orta vadede doğrudan yabancı yatırım girişlerinin daha da artması beklenmektedir.

Kosta Rika'ya Yıllar İtibarıyla Doğrudan Yabancı Yatırım Girişi

YABANCI YATIRIMLAR (US$ m)

	2015[a]	2016[a]	2017[a]	2018[a]	2019[c]	2020[c]
Doğrudan yabancı yatırımlar	2,541	2,127	2,583	2,183	2,419[a]	1,517
Yurtdışındaki Doğrudan Yatırımlar	-414	-493	-273 -	-581	-88[a]	-359
Net Doğrudan Yabancı Yatırımlar	2,956	2,620	2,856	2,764	2,507[a]	1,876

Kaynak: EIU Actual. b Economist Intelligence Unit estimates. c Economist Intelligence Unit forecasts

Latin Amerika'daki en yüksek kişi başı yabancı yatırımlardan birine sahip olan Kosta Rika'ya yabancı yatırımcıları en fazla çeken etmenler siyasi istikrar, eğitimli işgücü ve serbest bölgelerde sunulan teşviklerdir. Bürokrasi, yasal belirsizlikler, kurumlar arası yetki karmaşası, sözleşme ile iş yapmadaki güçlükler ve yatırımcıların çok iyi korunmaması gibi faktörler ise bazı yatırımcıları korkutmaktadır.

Özelleştirmenin daha da yaygınlaştırılması için gerekli ekonomik reformların gerçekleşmesi zaman almaktadır. İzin işlemleri azaltılmış olmakla birlikte, iş kurma prosedürleri hala zor ve zaman alıcıdır. Yargılama sisteminin ağır işlemesi ve karmaşık olması da diğer bir zorluktur.

Vergi tabanının genişletilmesi ve vergi adaletinin sağlanması amacıyla vergi reformu gerçekleştirilmiştir. Altyapı yetersizliği ve mevcut altyapının bakım gerektirmesi ise işletme maliyetlerini artırmaktadır.

Serbest Bölgeler

Karayip kıyısındaki liman şehri Limon/Moin ve Pasifik kıyısındaki Puntarenas yakınlarındakiler başta olmak üzere ülkenin merkezinde pek çok serbest bölge bulunmaktadır. Şahıs şirketleri, belirli kriterleri karşılayıp Kosta Rika Dış Ticareti Geliştirme Kuruluşu'na (PROCOMER) başvurdukları takdirde serbest bölgede faaliyete başlayabilmektedir.

Hâlihazırda 260'a yakın şirket aktif olarak serbest bölge rejimi altında faaliyetlerine devam etmektedir. Bu şirketler 8 yıllığına tüm vergilerden muaf olup, sonraki yıllarda da indirimli bir orandan vergi ödemektedir. Vergi muafiyetine ek olarak, serbest bölgedeki şirketler için yatırım, ticaret ve gümrük prosedürleri daha azdır.

TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

İki ülkenin birbirini yeterince tanımaması ve coğrafi uzaklık, Kosta Rika pazarına yönelik ihraç ürünlerimizin çeşitliliğinin kısıtlı olmasına yol açmaktadır. İki ülke arasında Serbest Ticaret Anlaşması gibi bir mevzuat altyapısının olmamasına ek olarak, navlun fiyatlarının yüksekliği ve bölge ülkeleri ile rekabette ve lojistikte karşılaşılan dezavantajlar da firmalarımızın Kosta Rika pazarına ihracat imkânlarını daraltan başlıca sorunlardır. Bunun yanı sıra ülkenin yapısından kaynaklanan birtakım bürokratik engeller, vergi sisteminin karmaşıklığı, gümrük işlemlerinde yaşanabilen gecikmeler, gümrükte ek belgeler istenebilmesi ve ödemenin geç yapılması gibi sorunlar karşısında da dikkatli olmak gereklidir.

2019 Yılında Kosta Rika'ya ihracatımız 59 milyon USD, Kosta Rika'dan ithalatımız 42 milyon USD olmuştur. 2020 yılında ise Kosta Rika'ya olan ihracatımız 48 milyon USD, ithalatımız da 66 milyon USD olarak gerçekleşmiştir.

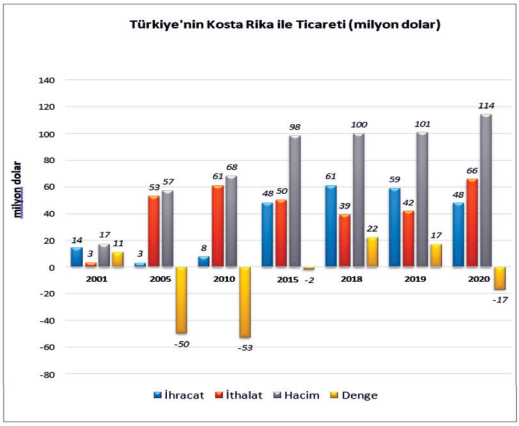
Kosta Rika'ya 2020 yılı ihracatımızın % 72,8'ini demir-çelik ürünleri oluşturmaktadır. Ağırlıklı olarak ihraç edilen ürünler, demir-çelik çubuklar, profil, demir-çelikten yassı hadde ürünleri, demir/çelik filmaşin, çikolatalı mamuller, çimento mikserleri, traktör, akrilik polimerleri, buğday unu ve alüminyumdan inşaat ve inşaat aksamı gibi ürünlerin ihracatı yapıldığı görülmektedir. Aynı dönemde ülkemizden Kosta Rika'ya ihraç edilen tarım ve gıda ürünlerinin toplam ihracatımızdaki payı %5,9'dur.

Türkiye'nin Kosta Rika'dan 2020 yılında gerçekleştirdiği ithalatın ilk sırasında 19,8 milyon USD ile muz, ikinci sırada 18,8 milyon USD ile medikal cihazlar yer almaktadır.

Küçük bir pazar olmasına rağmen, siyasi açıdan istikrarlı bir ülke olması, stratejik coğrafi konumu, eğitimli işgücü, liberal ekonomisi, İngilizce'nin yaygınlıkla kullanılması ve vergilerin düşük olması sayesinde Kosta Rika, diğer Orta Amerika pazarlarına ve ABD pazarına giriş noktası olarak da değerlendirilebilir. Nitekim ülkenin NAFTA, Orta Amerika ülkeleri (DR- CAFTA) ve diğer Latin Amerika ülkelerinin pek çoğu ile Serbest Ticaret Anlaşmaları mevcuttur.

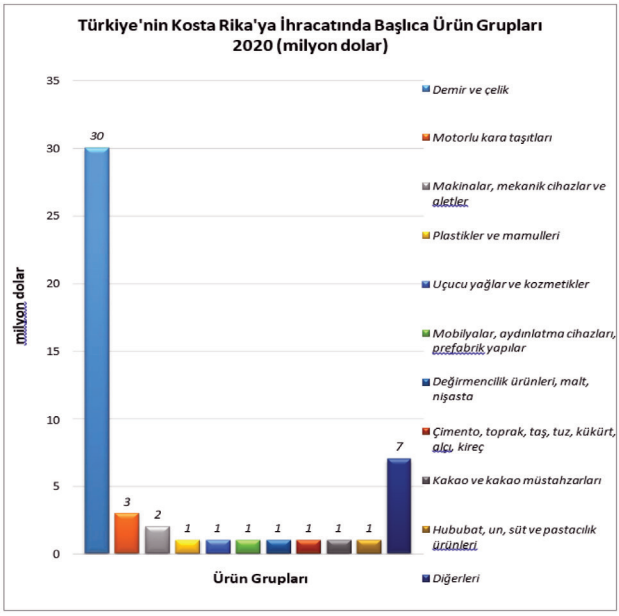
Genel olarak hammadde, tüketim malları, sermaye malları, petrol ve inşaat malzemeleri ithal eden Kosta Rika ile ticarette potansiyel arz eden sektörler otel ve restoran ekipmanı ve tıbbi cihazlar, kara taşıtları aksamı, eczacılık, inşaat makineleri ve telekomünikasyon ürünleri olarak sıralanmaktadır. Son yıllarda yapılan büyük çaplı altyapı yatırımlarında bakıma ve yeni yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Elektronik bileşenler, telekomünikasyon, elektrik montaj, yarı-iletkenler, tüketici elektroniği, mühendislik ve yazılım, fason üretim, metal işçiliği, otomotiv, tıbbi cihaz, mimarlık ve tasarım, reklamcılık, çağrı merkezi gibi alanlarda da ülkede yatırım potansiyeli mevcuttur.

Türkiye-Kosta Rika Dış Ticareti



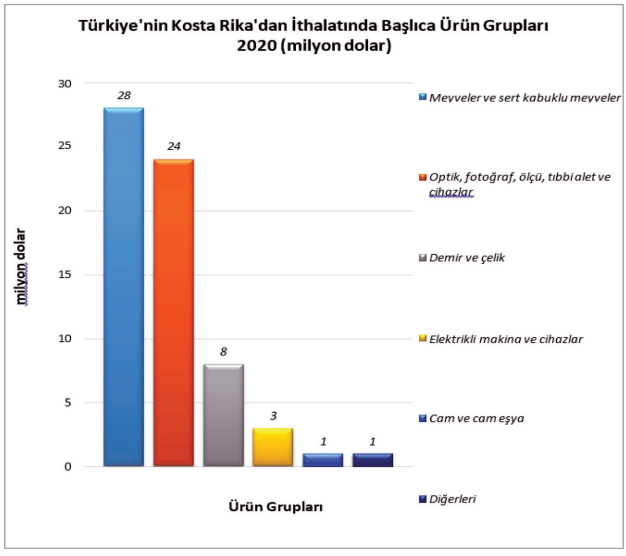
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Kosta Rika'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Kosta Rika'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1: Kosta Rika'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**11 255 809**	**11 452 817**	**11 625 662**	**100**	**1,5**
1.	9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar	2 455 127	2 768 571	3 092 331	26,6	11,7
2.	0803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	1 030 914	999 702	1 082 970	9,3	8,3
3.	0804	Hurma, incir, ananas, avokado ve guava armudu,mango ve mangost (taze/kurutulmuş)	1 042 347	987 276	927 605	8	-6
4.	9021	Ortopedik cihazlar; cebireler, kırıklar için cihazlar vb; protez organlar; işitme cihazları, vücut içi ve dışı cihazları	707 907	679 998	601 934	5,2	-11,5
5.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	433 073	471 042	487 264	4,2	3,4
6.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangibir oranda kahve bulunupkahve yerine kullanılan ürünler	318 486	279 442	328 998	2,8	17,7
7.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlananilaçlar (dozlandırılmış)	182 661	164 538	172 167	1,5	4,6
8.	2009	Meyve ve sebze suları	182 845	149 670	169 815	1,5	13,5
9.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı,serum, aşı, toksin vb. Ürünler	129 863	147 149	162 553	1,4	10,5
10.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	195 537	197 233	152 747	1,3	-22,6
11.	8544	İzole edilmiş teller, kablolarve diğer elektrik iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	177 189	167 084	149 500	1,3	-10,5
12.	1511	Palm yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	129 634	110 879	148 392	1,3	33,8
13.	2008	Yer fıstığı ve diğer kabuklu yemiş ve meyve konserveleri	142 232	139 742	129 336	1,1	-7,4
14.	0714	Manyok, ararot , salep, yerelması , tatlı patates ve benzeri kök ve yumrular, sagu özü	116 123	123 965	119 324	1	-3,7
15.	8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, röleler,sigortalar, fişler, kutular vb)	131 151	126 362	116 060	1	-8,2

Kaynak: Trademap

EK-2: Kosta Rika'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**16 566 308**	**16 108 703**	**14 456 986**	**100**	**-10,3**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1 557 887	1 561 733	841 141	5,8	-46,1
2.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzerehazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	586 879	582 669	582 006	4	-0,1
3.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	500 678	459 591	420 933	2,9	-8,4
4.	9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerliktekullanılan alet ve cihazlar	316 807	377 725	378 891	2,6	0,3
5.	8703	Otomobiller	641 811	543 899	363 321	2,5	-33,2
6.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular,verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	278 870	278 195	334 236	2,3	20,1
7.	3926	Plastikten diğer eşya	206 779	222 662	233 596	1,6	4,9
8.	4805	Diğer kağıt ve kartonlar (kuşe edilmemiş veya sıvanmamış, rulo veya tabaka halinde	286 987	250 511	224 468	1,6	-10,4
9.	9030	Osiloskop, spektrum analizörleri vb cihazlar;alfa, beta, gama, X-ışını, kozmik ve diğer ışınları ölçme-bulma cihazları	40 897	62 440	223 940	1,5	258,6
10.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	136 084	177 120	203 573	1,4	14,9
11.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa,kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	210 672	234 562	195 156	1,3	-16,8
12.	1005	Mısır	175 281	192 653	194 134	1,3	0,8
13.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yokedici, sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	154 726	146 890	182 572	1,3	24,3
14.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıdamüstahzarları	176 164	179 500	172 713	1,2	-3,8
15.	3917	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar,vb.)	158 653	198 611	171 464	1,2	-13,7

Kaynak: Trademap

EK-3: Kosta Rika'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**11 255 809**	**11 452 817**	**11 625 662**	**100**	**1,5**
1.	ABD	4 623 064	4 848 391	5 056 715	43,5	4,3
2.	Hollanda	679 001	720 813	895 905	7,7	24,3
3.	Belçika	675 369	706 370	613 658	5,3	-13,1
4.	Guatemala	570 942	595 428	596 435	5,1	0,2
5.	Panama	580 684	591 618	485 342	4,2	- 18
6.	Nikaragua	481 189	453 334	461 343	4	1,8
7.	Honduras	394 185	394 847	371 709	3,2	-5,9
8.	El Salvador	295 756	309 335	313 292	2,7	1,3
9.	Japonya	240 770	243 810	258 154	2,2	5,9
10.	Meksika	284 998	225 731	254 229	2,2	12,6
11.	Dominik Cum.	242 284	233 785	231 487	2	- 1
12.	İngiltere	202 704	222 184	231 287	2	4,1
13.	Çin	198 688	122 060	182 566	1,6	49,6
14.	İspanya	176 618	175 965	179 119	1,5	1,8
15.	İtalya	178 734	165 060	152 655	1,3	-7,5
…	…	…	…	…	…	…
29.	**Türkiye**	**24 243**	**36 959**	**33 273**	**0,3**	**- 10**

Kaynak: Trademap

EK-4: Kosta Rika'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**16 566 308**	**16 108 703**	**14 456 986**	**100**	**-10,3**
1.	ABD	6 476 111	6 190 371	5 401 453	37,4	-12,7
2.	Çin	2 271 149	2 123 512	2 091 009	14,5	-1,5
3.	Meksika	1 166 907	1 087 646	976 557	6,8	-10,2
4.	Guatemala	415 226	398 644	408 059	2,8	2,4
5.	Almanya	414 752	384 582	382 556	2,6	-0,5
6.	Brezilya	349 801	348 364	305 762	2,1	-12,2
7.	Japonya	372 114	353 553	303 089	2,1	-14,3
8.	Kolombiya	307 672	318 161	281 634	1,9	-11,5
9.	İspanya	259 689	258 465	248 950	1,7	-3,7
10.	El Salvador	242 259	232 323	205 197	1,4	-11,7
11.	Şili	279 287	198 994	201 647	1,4	1,3
12.	Panama	219 766	200 256	195 200	1,4	-2,5
13.	İtalya	214 569	195 475	193 064	1,3	-1,2
14.	Kanada	154 424	160 066	171 758	1,2	7,3
15.	İsviçre	156 042	164 489	159 274	1,1	-3,2
…	…	…	…	…	…	…
31.	**Türkiye**	**84 805**	**70 468**	**68 029**	**0,5**	**-3,5**

Kaynak: Trademap

EK-5: Türkiye'nin Kosta Rika'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**60 804**	**58 903**	**48 477**	**100**	**-17,7**
1.	7228	Diğer alaşımlı çelikten çubuk ve profiller; alaşımlı veya alaşımsız çelikten sondaj işlerinde kullanılan içi boş çubuklar	23 504	19 993	15 622	32,2	-21,9
2.	7214	İnşaat demiri	11 645	13 194	4 557	9,4	-65,5
3.	8703	Otomobiller	0	1 371	2 611	5,4	90,4
4.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	6 745	3 195	2 517	5,2	-21,2
5.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	967	285	2 487	5,1	772,6
6.	7229	Diğer alaşımlı çelikten teller	345	440	1 831	3,8	316,1
7.	7227	Diğer alaşımlı çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	2 291	1 941	1 227	2,5	-36,8
8.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirleri vb	763	1 002	1 219	2,5	21,7
9.	7217	Demir veya alaşımsız çelikten teller	468	145	1 034	2,1	613,1
10.	3304	Güzellik, makyaj ve cilt bakımı için müstahzarlar (güneşlenme kremleri vemüst. dahil), manikür ve pedikür müstahzarları	8	54	929	1,9	1620,4
11.	2523	Çimento	229	624	809	1,7	29,6
12.	1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	799	833	647	1,3	-22,3
13.	1108	Nişastalar ve inülin	408	620	568	1,2	-8,4
14.	4818	Tuvalet kağıtları, kağıt havlu, mendil, kumaş, masa örtüsü, kağıt mendiller vb.	342	666	546	1,1	-18
15.	9402	Tıpta, cerrahide, dişçilikte, veterinerlikte kullanılan mobilyalar, berber koltuklar vb; bu eşyaların aksam ve parçaları	26	12	531	1,1	4325

Kaynak: Trademap

EK-6: Türkiye'nin Kosta Rika'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**39 034**	**41 742**	**65 958**	**100**	**58**
1.	0803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	3 780	2 501	19 820	30	692,5
2.	9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet ve cihazlar	18 357	19 397	18 875	28,6	-2,7
3.	7204	Dökme demirin, demirin veya çeliğin döküntüve hurdaları veya bunların eritilmesi ile elde dilmiş külçeler	0	0	8 402	12,7	0
4.	0804	Hurma, incir, ananas, avokado ve guava armudu, mango ve mangost (taze/ kurutulmuş)	6 724	6 760	7 655	11,6	13,2
5.	9021	Ortopedik cihazlar; cebireler, kırıklar için cihazlar vb; protez organlar; işitme cihazları,vücut içi ve dışı cihazları	5 866	7 205	4 577	6,9	-36,5
6.	8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresiteçhizatı (anahtarlar, röleler, sigortalar, fişler,kutular vb)	771	1 588	1 294	2	-18,5
7.	8533	Elektrik rezistansları (reostalar ve potansiyometreler dahil) (ısıtıcı rezistanslar hariç)	983	1 341	1 037	1,6	-22,7
8.	7017	Camdan laboratuvar ve eczane eşyası ile sağlığı koruyucu eşya (taksimatlı veya ölçülüolsun olmasın	0	462	806	1,2	74,5
9.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrikiletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	50	347	542	0,8	56,2
10.	9620	Monopod, bipod, tripod ve benzeri eşya	36	9	488	0,7	5322,2
11.	0602	Diğer canlı bitkiler (kökleri dahil) çelikler, aşıkalem ve gözleri; mantar miselleri	522	396	480	0,7	21,2
12.	0901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	257	181	311	0,5	71,8
13.	3926	Plastikten diğer eşya	177	178	210	0,3	18
14.	4016	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	363	280	131	0,2	-53,2
15.	3921	Plastikten diğer plakalar, levhalar, yapraklar,filmler, folyeler ve şeritler	0	92	116	0,2	26,1

Kaynak: Trademap

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN KOSTA RİKA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	246.626	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	164.195	21.370
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	620.939	66.062
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	15.947	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	34.397	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	741.811	114.255
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	1.350.870	71.668
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	82.415	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	118.968	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR	5.595	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	216.425	8.486
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	99.232	89.067
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	302.483	7.452
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	13.160	
Genel Toplam	**4.013.061**	**378.359**

KOSTA RİKA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	51,612	58,313	82,623
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	280,381	260,9	278,596
Değirmencilik	87,395	74,689	105,984
Diğer Gıda Müstahzarları	517,574	565,988	655,686
Hububat	489,501	502,113	587,478
Pastacılık Ürünleri	6,575	7,206	8,676
Şeker ve Şeker Mamulleri	138,272	153,045	181,287
Un ve Unlu Mamuller	141,642	173,753	194,15
Genel Toplam	**1.712.952**	**1.796.007**	**2.094.480**

KOSTA RİKA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	ABD	804,031	717,026	730,628
2	BREZİLYA	80,843	166,337	292,887
3	MEKSİKA	124,938	143,331	140,103
4	KANADA	82,999	80,546	93,856
5	GUATEMALA	61,628	80,593	89,216
6	URUGUAY	25,465	40,549	55,909
7	HONDURAS	40,591	41,491	55,846
8	KOLOMBİYA	29,857	36,899	43,412
9	NİKARAGUA	28,802	42,896	39,768
10	İSPANYA	29,243	29,802	38,452
26	**Türkiye**	**4,306**	**3,903**	**4,678**

KÜBA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

KÜBA

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

RESMİ ADI	Küba Cumhuriyeti
BAŞKENTİ	Havana
YÖNETİM BİÇİMİ	Komünizm
DEVLET BAŞKANI	Miguel Díaz-Canel Bermúdez
BAŞBAKAN	Manuel Marrero Cruz
RESMİ DİL	İspanyolca
DİN	%59 Katolik, %23 Ateist, %12 Santeria, %5 Protestan, %0,1 Müslüman
YÜZÖLÇÜMÜ	109.880 km2
NÜFUS	11,2 milyon (2023 tahmini)
YAŞ ORTALAMASI	40,4 yaş
ETNİK YAPI	Beyaz %64,1, Melez %26,6, Siyah %9,3
PARA BİRİMİ	Küba Pezosu (CUB)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

FAO, G-77, IFAD, IHO, ILO, IMO, Interpol, BM, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, Union Latina, UNWTO, UPU, WCO,WFTU (NGOs), WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Yengeç Dönencesi'nin hemen başında ve Meksika Körfezi'nin girişinde yer alır. Aynı adı taşıyan asıl büyük adanın yanı sıra 1.600'den fazla ada ve adacığı kapsar. En yakın komşusu olan Haiti'ye 77, Bahamalar'a 140, Jamaika'ya 146, Amerika Birleşik Devletleri'ne 180, Meksika'ya 210 ve Cayman Adaları'na 240 km uzaklıktadır. Ülkenin ikinci büyük adası Juventud adasıdır. En yüksek noktası Turquino Doruğu'dur (2.005 m). Toplam kara yüzölçümü 110.000 km²'dir. Yıllık ortalama sıcaklık 26 °C'dir. İki mevsimle belirlenen yarı tropikal bir iklime sahiptir. Eylül - Ekim ayları arasında görülen kasırgalar bazen büyük yıkımlara yol açmaktadır. Kıyılarının toplam uzunluğu 3.735 km olup, Guantanamo Koyu'ndaki Amerika Birleşik Devletleri deniz üssüyle 29 km'lik kara sınırı vardır.

Siyasi ve İdari Yapı

1492 yılında Kristof Kolomb tarafından keşfedilen Küba, İspanya'nın Amerika kıtasındaki ilk yerleşim merkezi olma özelliğini taşır. İspanyol Vali Diego Velasquez, Havana şehrini 1519 yılında adanın başkenti ilan etmiştir. 1762 yılında İngilizler tarafından ele geçirilen ada, Florida'nın karşılığında bir yıl sonra yeniden İspanya'ya iade edilmiştir. Küba Devrim Partisi'nin kurucusu Jose Marti'nin öncülüğünde 1895 yılında İspanyollara karşı bağımsızlık savaşı başlatılmıştır. "Maine" isimli ABD askeri gemisinin 1898 yılında Havana Limanı'nda batırılması üzerine, ABD İspanya'ya savaş ilan etmiş ve sonuç olarak savaşta galip gelmiştir. İspanya, 1898 yılında imzalanan Paris Antlaşması ile 400 yıl sonra Küba üzerindeki haklarından feragat etmiştir.

Küba Anayasası 1901 yılında kabul edilmiş; Thomas Estrada Palma, 1902 yılında Cumhurbaşkanlığına atanmış; bu gelişmeleri müteakiben, ABD, Küba'nın bağımsızlığını kabul etmiştir.

Guantanamo Körfezinde 1898 yılında kurulan ve 116 km² alana sahip Guantanamo üssü arazisi, Küba Devlet Başkanı Palma tarafından, 23 Şubat 1903 tarihinde ABD'ye kiralanmıştır. Küba ve ABD arasında 1934 yılında imzalanan Avery Porko Anlaşması, iki ülkenin ortak rızası ile feshedilmediği sürece, Anlaşmanın yürürlükte kalması hükme bağlamış ve yıllık kirası 2000 ABD altını olan kirayı 4.085 ABD Dolarına çevirmiştir.

1900-1958 yılları arasındaki dönem, demokrasi ve diktatörlüğün birbirini izlediği dönemdir. 1952 yılında yapılan darbeyle iktidarı ele geçiren Fulgencio Batista, 1 Ocak 1959 tarihinde Fidel Castro tarafından yine ihtilalle devrilmiştir. ABD'nin öncülüğünde 1961 yılında gerçekleştirilen Domuzlar Körfezi çıkarması harekâtı başarısız olmuştur. Castro, işbu çıkartmayı takiben, Küba'da Komünizm rejimini resmen ilan etmiştir. Ülkede, her yıl 1 Ocak "Devrim Günü" olarak kutlanmaktadır.

Bilindiği üzere, Küba'nın devlet rejimi Komünizm olup, ülkedeki tek siyasi parti Küba Komünist Partisi (KKP)'dir. Partinin I. Sekreterliğini Raul Castro; aynı zamanda Devlet Konseyi ve Bakanlar Konseyi Başkanlığı ve Devlet Başkanlığı görevini ise Miguel Díaz-Canel Bermúdez yürütmektedir. KKP dışında siyasi partinin bulunmadığı ülkede muhalefet bulunmamakta ve çok partili seçimler yapılmamaktadır. Küba'da 19 Nisan 2018 tarihinde yapılan Devlet Başkanlığı seçimlerini Küba Komünist Partisi tarafından tek aday olarak gösterilen Devlet Başkanı eski Birinci Yardımcısı Miguel Mario Diaz-Canel kazanmıştır. Raul Castro seçimlerde aday olmamıştır.

Raul Castro, KKP Genel Sekreterliği görevini 2021 yılına kadar sürdürecek ve Silahlı Kuvvetlerin başında olmaya devam edecektir. Ayrıca, yeni Devlet Konseyi'nde yer alamayan diğer Devrim öncülerinin de Parti yönetimindeki görevlerini sürdürmeleri beklenmektedir. Küba Anayasası, KKP'yi devletin en üstün organı olarak tanımladığından, Raul Castro 2021 yılında yapılacak 8. Kongre'ye kadar KKP I. Sekreteri (Ordu Başkomutanı) unvanını koruyacaktır.

Nüfus ve İstihdam

Küba'nın nüfusu 11,2 milyon olup; oldukça karmaşık bir yapı gösteren nüfusu, geçmiş yüzyıllarda adaya değişik etnik toplulukların yerleşmesinin ürünüdür. Kolomb öncesi dönemde sayıları 80-100 bin arası olan ada yerlilerinden, günümüzde yalnızca adanın doğu ucunda yaşayan birkaç aile kalmıştır. Küba nüfusunun % 51'i Mulattolar (Avrupalı ve Afrikalıların karışımı), % 37'si beyazlar, % 11'i siyahlar ve % 1'i de Çin'lilerden oluşmaktadır.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Ülkenin en gelişmiş sektörleri turizm, tarım (özellikle şeker) ve madenciliktir (özellikle nikel).

Küba, Dünya'nın en büyük nikel üretici ve tedarikçisi olup; dünya nikel üretiminin % 6,4'nü, kobalt üretiminin de % 10 nu gerçekleştirmektedir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2018[a]	2019[a]	2020[a]	2021[a]	2022[b]	2023[c]	2024[c]	2025[c]
Nominal GSYİH (milyon $)	100,050	103,428	107,352[a]	22,717[a]	25,317	27,117	28,718	30,463
Reel GSYİH artış oranı (%)	2.2[c]	-0.2[c]	-10.9[c]	1.3[c]	2.0	2.8	3.6	4.1
Kişi Başı GSYİH $	13,760[b]	14,000[b]	12,640[b]	13,460	14,700	15,800	16,720	17,770
Döviz kuru CUC: US $	1.00	1.00	1.00	24.00	24.00	35.00	45.00	60.00
Tüketici Fiyat Enflasyonu (yılsonu; %)	5.3	5.7	18.8	194.5	96.8	23.1	6.2	5.5
Nüfus (milyon)	11.2	11.2	11.2	11.2	11.2	11.2	11.2	11.2

a b EIU tahmini c EIU projeksiyonu Kaynak: Economist Intelligence Unit, Hazirann 2023)

Küba ekonomisi sosyalist ilkelere dayanan devlet kontrollü bir planlı ekonomidir. Son yıllarda özel sektör yatırımları artmakla beraber üretim araçlarının büyük bir kısmı devlet tarafından işletilir. Küba, dünyanın önde gelen nikel ve kobalt üreticisi/tedarikçisi konumundadır. Ülkede iş gücünün % 21'i tarım sektöründe çalışmaktadır. Şeker kamışı, tütün, turunçgiller, kahve ve pirinç önemli üretim ve ihracat kalemlerindendir. Özellikle nikel ve şeker fiyatlarındaki küresel düşüş ülkenin ihracat gelirini oldukça olumsuz etkilemiştir. Sosyalist rejimde özellikle önem verilen balıkçılık ve hayvancılık hala önemli üretim kalemleri arasında yer almaktadır. Ancak, ülkenin gıda ihtiyacının %80'i ithalatla karşılanmaktadır. Diğer taraftan, Küba ilaç sektörü, 40'a yakın ülkeye 38 çeşit ilaç sağlamaktadır. Yabancı şirketler ancak Küba devlet şirketleriyle ortak şirketler kurarak ülkede yatırım yapabilmektedir. Küba'daki yabancı yatırımların %25'i İspanya, %15'i Venezuela, %14'ü Kanada ve %11'i İtalyan firmalarınca gerçekleştirilmektedir. Üretimin büyük bir kısmı hükümet kuruluşları tarafından gerçekleştirilmekte olup, çalışanların büyük bir kısmı devlet memuru statüsündedir. Ancak, son yıllarda Komünist Parti, özel sektör kuruluşlarını desteklemektedir. Küba hükümeti vatandaşları için malların büyük bir kısmının fiyatlarını belirlemekte ve gıda tüketimini de yiyecek karnesine bağlamaktadır.

1995 yılından itibaren ülkede dönüştürülebilir/çevrilebilir bir para birimi de kullanılmaktadır (Convertible Peso:CUC). CUC, resmi olarak sadece Küba içerisinde kullanılabilen ve turizm ve ithalat ödemeleri için kullanılan bir para birimidir. Küba Pesosu (CUP) ise, ücretler ve yerel mallar için kullanılmaktadır. Bu ikili para birimi, ekonominin işlem ve hacmini ölçmeyi zorlaştırmaktadır. 2004 yılı itibariyle ABD Doları ülke içinde tedavülden kaldırılmıştır.

Küba Cumhuriyeti Devleti'nde ekonominin parasal birliğe kavuşturulması fikri yıllarca en üst düzey yönetim çevrelerince bir politika olarak dile getirilmiştir. Küba İç Ticaret Bakan Yardımcısı Sn. Miriam Pérez'in, 2020 yılı Mart ayı başında yaptığı bir açıklamada; iki para birimin tek bir para birimine dönüştürülmesinin (CUP-konvertibl olmayan Küba pezosu ve CUC-konvertibl Küba pezosu), CUC biriminin tedavülden kaldırılması ve yerine CUP kullanılması uygulamasının en kısa sürede hayata geçirileceği ve söz konusu uygulamanın öncelikle pilot uygulama olarak 7000'den fazla devlet sektörüne ait restoran, bar ve lokallerde de uygulanmaya başlanacağını ve giderek yaygınlaştırılacağını duyurmuştur. Ayrıca, Küba Dışişleri Bakanı Sn. Bruno Rodríguez Parrilla'nın sosyal medya ve resmi basına verdiği demeçlerinde, konu hakkında halka yeni parasal düzen sürecinin ülkede ekonomik ve sosyal modelin güncellenmesiyle daha iyi sonuçlar doğuracağına ilişkin güvence vermiştir

16-17 Aralık 2020 tarihlerinde Küba Komünist Partisi (KKP) Merkez Komitesi Birinci Sekreteri ve Silahlı Kuvvetler Komutanı Raul Castro Ruz ile Devlet Başkanı Miguel Diaz-Canel'in katılımlarıyla gerçekleştirilen Küba Halkın Gücü Ulusal Parlamentosu'nun (ANPP) 9. Yasama Dönemi 6. olağan oturumunda CUC ve CUP para birimlerinin 1 Ocak 2021 tarihi itibariyle birleştirilmesine karar verilmesinin ülkedeki parasal ve finansal düzen bağlamında önemli bir adım teşkil ettiği vurgulanmıştır.

1 Ocak 2021 tarihinde Küba basınında yer alan haberlerde daha önce Kübalı üst düzey yetkililer tarafından duyurulduğu üzere, parasal birleşme süreci ile birlikte temelde parasal konularda takas ikiliğinin ortadan kaldırılmasının, maaş ve emekli maaşlarının reformunu sağlanmasının, gereksiz ve karşılıksız aşırı sübvansiyonların ortadan kaldırılmasının hedeflendiği vurgulanmıştır. Küba Merkez Bankası'ndan sorumlu (BCC) Bakanı Marta Sabina Wilson González'ın 4 Ocak 2021 tarihinde medyaya yapılan açıklamalarında para birimi Konvertibl Küba Pezosu-CUC'nun 6 ay içerisinde tümüyle tedavülden kaldırılacağı ve bu süre içerisinde tüm resmi döviz bürolarında (CADECA) ve devlet bankalarında geçmişte olduğu gibi 1 CUC=24 CUP oranında bozdurulabileceği ve aynı zamanda konvertibl yabancı paralar karşısında konvertibl olmayan Küba pezosu-CUP'nun artık konvertibl olacağını bildirmiştir.

3. DIŞ TİCARET

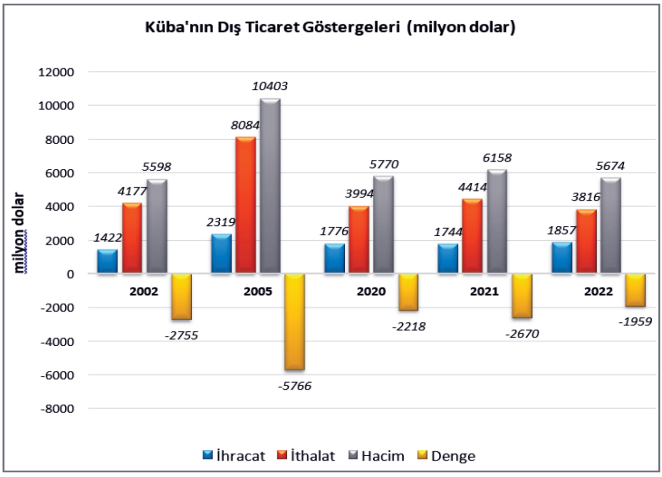
Genel Durum

Küba'nın, 2019 yılı itibariyle 1,7 milyar USD'lık ihracatı, 5,8 milyar USD'lık ithalatı olup; toplam dış ticaret hacmi 7,6 milyar USD'dir. 2021 yılında ihracatının 1,7 milyar USD ithalatının 4,4 milyar USD, 2022 yılında ise ihracatının 1,9 milyar USD, ithalatının da 3,8 milyar USD olarak gerçekleştiği tahmin edilmektedir. (Trademap)

İhracatında başlıca ürünler tütün, pancar şekeri, nikel, etil alkol ve alkollü içkiler, çinko cevherleridir.

Küba ihracatının, % 39,8'ini Kanada'ya, % 24,7'sini Çin'e gerçekleştirmektedir. Küba'nın ihracatında diğer önemli pazarlar İspanya, Hollanda ve Portekiz'dir. Küba'nın ithalatında başlıca ülkeler İspanya (%21,4), Çin (%10,9), ABD (% 9,7) Brezilya (%7,6) ve Meksika'dır (% 6,8). Türkiye Küba'nın ithalatında %1 payla 16.sıradadır.

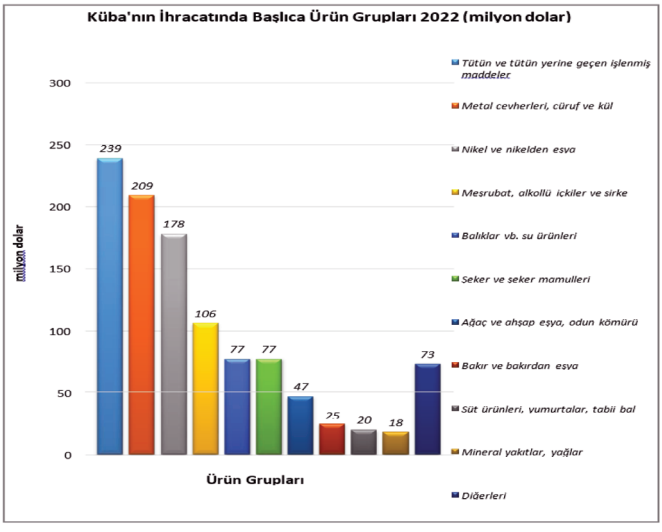
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

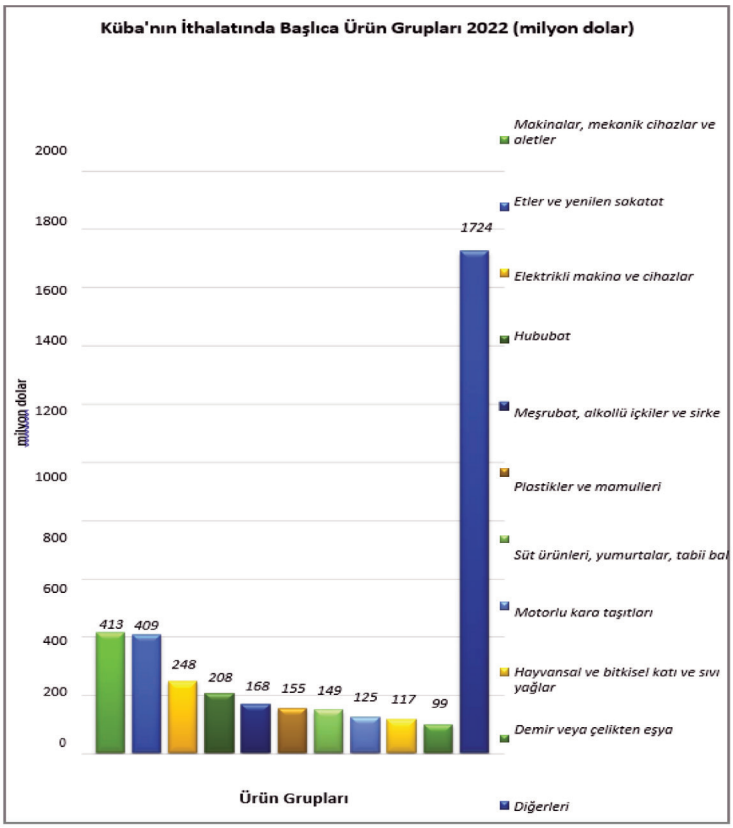
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

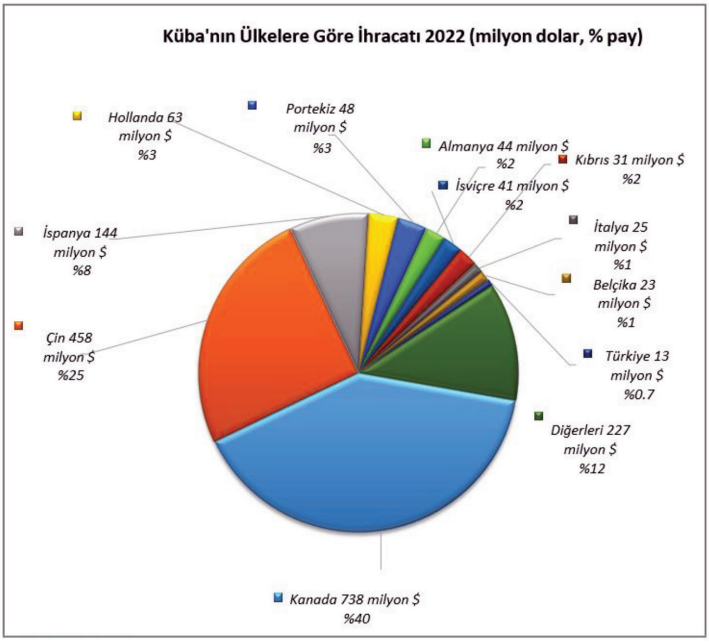
İthalat



Kaynak: Trademap

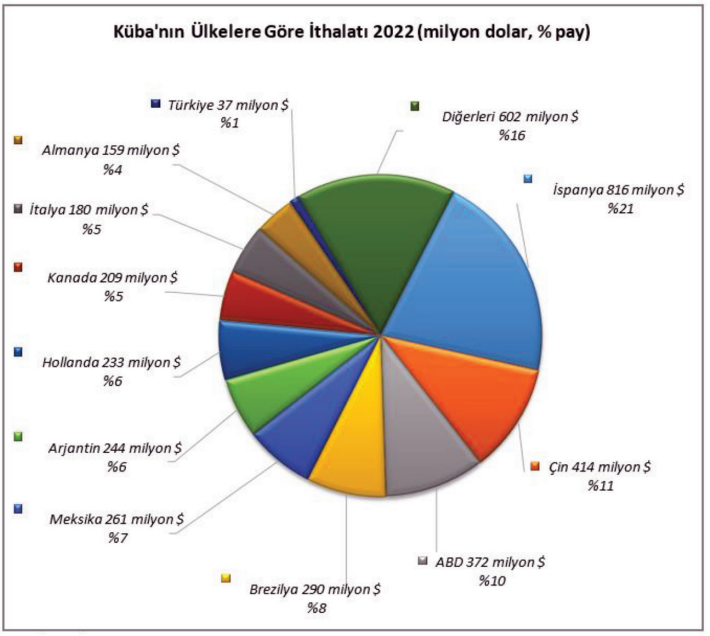
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Küba'da batılı şirketler ile ortak yatırım şeklinde faaliyette bulunmaya izin veren 50 Sayılı Yatırım Kanunu, 1982 yılından itibaren yürürlükte olup, 2011 yılında kabul edilmiş "Ekonomik ve Sosyal Politika Rehberi" çerçevesinde, ekonomi ve ticareti yeniden yapılandırmak ve daha fazla yabancı sermaye çekmek üzere adımlar atılmaktadır. Bu minvalde, kaydedilen en önemli gelişme; 28 Haziran 2014 tarihinde yürürlüğe girmiş bulunan, yeni yabancı yatırım mevzuatı olmuştur.

Turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içinde %68 paya sahip olduğu Küba'da; Minbas, Mintur, Micons, Minil, Minal, Minagri, Mintrans gibi devlet kurumlarının üretim konusunda yabancı yatırımcılarla iş birlikleri mevcuttur. Küba'daki yabancı yatırımların ülkelere göre dağılımı ise şu şekildedir: İspanya (%25), Venezuela (%15), Kanada (%14), İtalya (%11) ve diğer ülkeler (%35). İspanya, turizm alanında yaptığı yatırımlar ile ülkedeki en büyük yatırımcı konumundadır.

Rejimi dolayısıyla Küba ekonomisi büyük oranda dışa kapalı, merkezi bir ekonomidir. Ayrıca, ABD'nin bu ülkeye yönelik uyguladığı mali, ekonomik ve ticari yaptırımlar sebebiyle uluslararası ticari bankaların çoğunun Küba'ya kredi işlemlerinin kolaylaştırılmasında ve para transferinde bulunulmasında olumsuz bir tutum takınmaları söz konusudur.

Venezuela'dan fon akışındaki düşüş ve emtia fiyatlarındaki düşüşle bağlantılı nikel ve şeker kamışı ihracatından kaynaklanan döviz gelirlerinin azalması, Küba ekonomisini daha da kırılgan bir yapıya sürüklemektedir. Küba, altyapı düzeni ve ihtiyaç alanları itibariyle çok çeşitli ve büyük çaplı yatırımlara gereksinim duyan bir ülke olma özelliğini sürdürmektedir.

İnşaat ve sermaye odaklı projeler %16,6 büyüme gösterirken, bu oran hedeflenen %25'lik artışın altında kalmıştır. Başlıca nedenler arasında kontratlar üzerinde anlaşma ve idare hususunda yaşanan gecikmeler, onaylanan projelerde yer alan eksiklikler, düşük üretim kapasitesi ve kalifiye işgücü yetersizliği sayılabilir.

900 milyon ABD Doları değerindeki Mariel Limanı'nın Geliştirilmesi Projesi 2015 yılı itibariyle başlatılmıştır. Söz konusu proje ile bir ihracat işleme bölgesi kurulacak ve yüksek tonajlı konteyner yüklü gemilerin barınması mümkün olabilecektir. (Mariel Limanı, ABD'ye en yakın liman olma özelliğine sahip olup, 1980 yılında Nisan-Eylül ayları arasında 125.000 Kübalı, bu limandan ABD'ye iltica etmiştir. Bu mülteci akını sırasında (Mariel Boatlift) birçok Kübalı okyanusta boğularak ölmüştür.)

Küba'da mesken yetersizliği olmakla birlikte, özel sektöre imar yapım izni verilmemektedir.

Küba'da yabancı yatırım;

– %100 Yabancı sermayeli anonim şirket kuruluşu,
– % 51 Küba şirketi-% 49 Yabancı Yatırımcı veya
– Her iki tarafında kendi kimliğini muhafaza ettiği bir işbirliği antlaşması şeklinde olabilir.

Tüm durumlarda Kübalı ortak devlet bağlı firmalardan birisidir. Lisanslar belli bir süre için verilmiş olup; bu süre uzatılabilir veya iptal edilir.

Ortak yatırım konusunu inceleyen ve karar veren mercii "Dış Ticaret Bakanlığı'dır.

Yeni bir yatırım projesinde, Küba Hükümeti için üç önemli husus vardır: Yabancı sermaye miktarı, yatırım yapılan sektörün ne ölçüde ihracatı artırıp, ithalatı azaltabilecek olması ve kullanılan teknoloji. Pratikte çok az sektör yabancı yatırımcıya açıktır.

YABANCI YATIRIM MEVZUATI VE YATIRIM TEŞVİKLERİ

Yabancı Yatırımlara İlişkin Küba Mevzuatı

Küba'da Batılı şirketler ile ortak yatırım şeklinde faaliyette bulunmaya izin veren 50 Sayılı Yatırım Kanunu, 1982 yılından itibaren yürürlükte olup, 2011 yılında kabul edilmiş "Ekonomik ve Sosyal Politika Rehberi" çerçevesinde, ekonomi ve ticareti yeniden yapılandırmak ve daha fazla yabancı sermaye çekmek üzere adımlar atılmaktadır. Bu minvalde, kaydedilen en önemli gelişme; 28 Haziran 2014 tarihinde yürürlüğe girmiş bulunan, yabancı yatırım mevzuatı (2014/118 No'lu Dış Yatırımlar Kanunu) olmuştur.

2020-2021 Küba İş Fırsatları Portfolyosu'nda yer alan bilgilere göre; yabancı yatırım mevzuatı 2014/118 No'lu Dış Yatırımlar Kanunu ile düzenlenmektedir. Yabancı yatırımların teşviki ve düzenlenmesine ilişkin diğer mevzuat bilgiler ise şunlardır; 325/2014 Sayılı Karar: "Yabancı Yatırım Yönetmeliği Bakanlar Kurulu Kanunu, Küba Merkez Bankası'nın (Banco Central de Cuba) 46/2014 ve 47/2014 sayılı Kararları, Maliye ve Fiyatlar Bakanlığı'nın (Ministry of Finances and Prices) 535/2014 sayılı Kararı, Ekonomi ve Planlama Bakanlığı'nın 920/2014 Sayılı Kararı, 7567 Sayılı Bakanlar Konseyi Anlaşması, "Yabancı Yatırımların Düzenlenmesi Kanunu" Yönetmeliğinde Bakanlar Kurulunun 347/2018 Sayılı Kararnamesi ile yapılan değişiklik, Dış Ticaret ve Yatırım Bakanlığı'nın 206/2018 ve No. 207/2018 sayılı Kararlarının kaldırılması ve yerine yürürlüğe giren 128/2014 ve No. 129/2014 Sayılı Karar, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının 14/2014 sayılı Kararının Kaldırılması ve yerine yürürlüğe giren 16/2018 sayılı Karardır.

Yine aynı sayfadaki bilgilere göre; Küba Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmasını (ÇVÖA) İspanya, Barbados, İtalya, Rusya, Portekiz, Katar, Lübnan, Çin, Vietnam, Avusturya, Ukrayna ve Venezuela ülkeleri ile imzalamıştır. Ülkemiz ile ÇVÖA'nın ilk tur müzakereleri 4-8 Şubat 2002 tarihlerinde Havana'da gerçekleştirilmiş; Anlaşmanın bir bölümü üzerinde uzlaşma sağlanmıştır. Müteakip toplantılarda, uzlaşılamayan ko-

nularla ilgili gelişme sağlanamamıştır. Konu 26-27 Şubat 2019 tarihlerinde Havana'da gerçekleştirilen Türkiye-Küba IV. Teknik İzleme Komitesi marjında da gündeme gelmiş ve Küba makamları, ÇVÖA müzakerelerinde ilerlenebilmesi için öncelikle ilgili Küba ulusal mevzuatının güncellenmesi ve vergi reformunun gerçekleştirilmesi süreçlerinin tamamlanması gerektiğini vurgulamıştır.

Küba Cumhuriyeti Devleti ayrıca 63 ülke ile Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması imzalamıştır. Türkiye Küba ile Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşmasını 1997 yılında imzalamış ve 1999 yılında Resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Yabancıların Gayrimenkul Edinmeleri

Küba Anayasa'sına göre bir yabancının gayrimenkul edinmesi mümkün olmamakla beraber, yabancılar vatandaşlık haklarına benzer bir şekilde (evlilik ve çocuk sahibi olma koşullarında) gayrimenkul sahibi olabilmektedirler.

Diğer taraftan, yerleşik şirket kurulumuna ilişkin onaylar alındıktan ve şirkete ait banka hesapları açıldıktan sonra şirket yetkilisi olan kişi veya kişiler Küba devletinden gayrimenkul alım veya satımı için hak kazanırlar. Gayrimenkuller ancak yine aynı statüdeki başka bir yabancı şirketten satın alınabilir. Söz konusu gayrimenkuller sınırlı sayıda olup, "Caribe Inmobiliaria" denilen devlet kurumu tarafından belirlenmiş binalardan kira veya satın alma işlemine tabii tutulurlar. Gayrimenkul kira veya alım-satım sözleşmeleri yine bu kurum tarafından belirlenen koşullar çerçevesinde tasdik edilir. Son yıllardaki uygulamalarda yabancıların gayrimenkul alımlarının Kübalı devlet firmaları veya Küba vatandaşları üzerine yapılan işlemlerle gerçekleştiği gözlenmiştir.

Yabancı Sermayeli Şirketlere Uygulanan Ayrımcılıklar

Küba Cumhuriyeti devletinde "Şirket Kuruluşunda Ayrımcılık" ve "Vergi Hukukunda Ayrımcılık" konularında farklı bir uygulama yoktur. ABD dahil tüm ülke şirketleri eşit koşullardadır. Ancak "Yabancıların Serbest Dolaşımı" konusunda ABD vatandaşlarına yönelik karşılıklı bir uygulama bulunmaktadır.

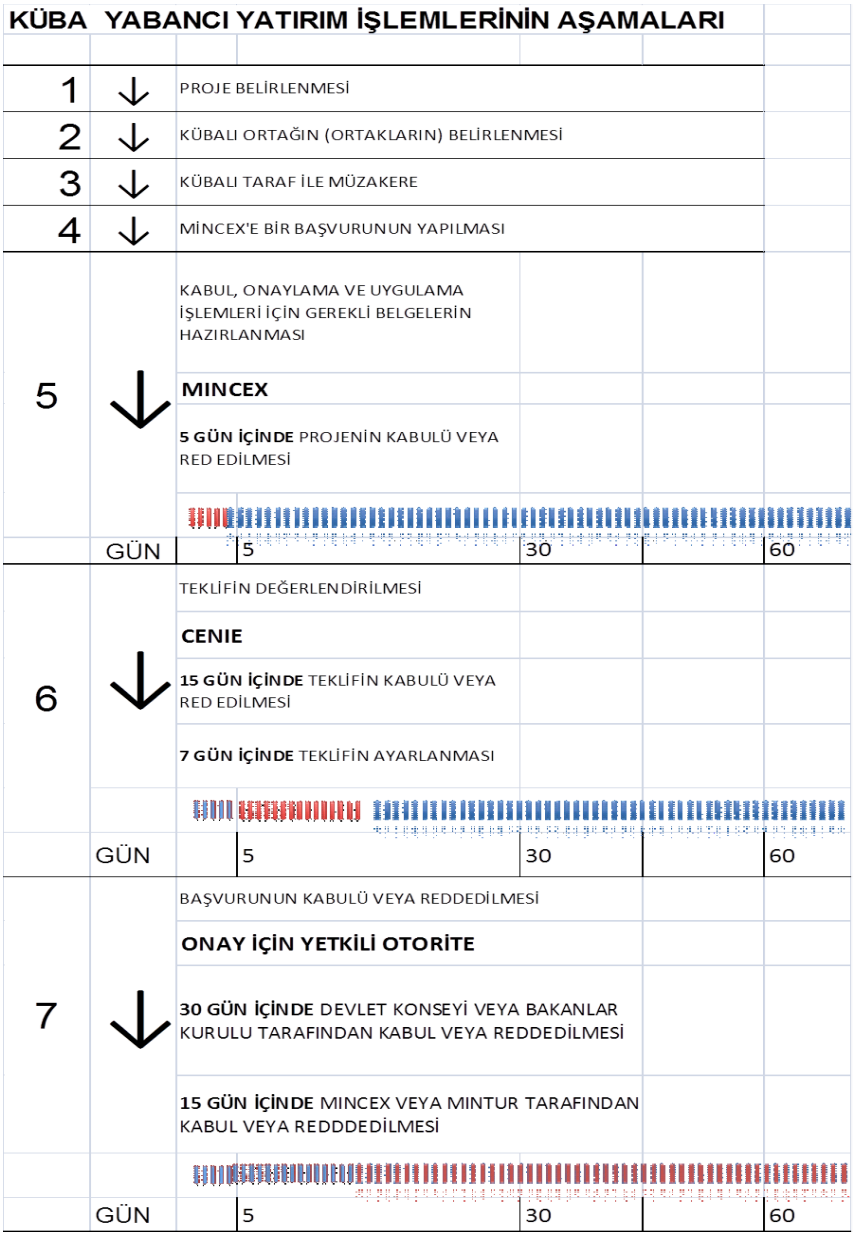
Yatırım Teşvik Mevzuatı

Küba'da yatırımları teşvik mevzuatı 118 sayılı Dış Yatırımlar Kanunu olup, MINCEX denetim ve yürütme koordinasyonunda; Projeler ve Diğer İnşaat Hizmetlerine İlişkin Sözleşme ve İhale Ulusal Komisyonu'nun oluşturulması ve Ulusal İnşaatçılar, Planlamacılar ve Danışmanların Küba Cumhuriyeti ve Yönetmeliklerinin oluşturulmasına ilişkin 328/96 sayılı kararın uygulanmasıyla düzenlenmektedir. Tüm işlemler ise, yabancı sermayeli yatırımcıların takip etmesi gereken kurallar gereğince kurulacak şirket tiplerine göre MINCEX başvuruları ile başlamaktadır.

Küba Cumhuriyeti Devleti, yürürlükteki mevzuata uygun karşılıklı mutabakat ile kurulmuş olan ticari değer niteliğindeki yabancı yatırımlar için, Anayasa'ya ve Küba Devletinin Avrupa Birliği ile karşılıklı imzaladığı uluslararası anlaşmalara uygun olarak, kamu yararı veya sosyal menfaatler aleyhine eylemde bulunulmadıkça, söz konusu yatırımlar Devlet tarafından koruma ve güvenlik altında olacağını ve kesinlikle kamulaştırılamayacağını garanti etmektedir. Ayrıca Küba Cumhuriyeti Devleti, yurtdışından gelecek olan veya gönderilecek olan, vergilerden veya diğer herhangi bir ücretten arındırılmış, yabancı yatırımcı tarafından konvertibl döviz cinsinden temettü ya da kâr olarak elde edilen gelirin ücretsiz transferini garanti etmektedir. Küba yasaları ile Küba mahkemeleri tarafından içtihat kararlarına göre, ülkedeki yabancı yatırımlar üçüncü tarafların hukuki taleplere veya diğer devletlerin yasa dışı uygulamalarına karşı da koruma altındadır.

Küba'da Batılı şirketler ile ortak yatırım şeklinde faaliyette bulunmaya izin veren 50 Sayılı Yatırım Kanunu, 1982 yılından itibaren yürürlükte olup, 2011 yılında kabul edilmiş "Ekonomik ve Sosyal Politika Rehberi" çerçevesinde, ekonomi ve ticareti ye-

nilikler ve gelişmeler yapılarak özellikle ZED Mariel Bölgesindeki yabancı sermayeli kurulumu olan işletmelere tek noktadan işlemleri yapma ve çabuklaştırma şeklindeki "Tek Elden İşletim Sistemi" (one-stop-shop) uygulaması geliştirilmiş, böylelikle bürokratik engellerin azaltılması, kurulum sürecinin kısaltılması ve vergi avantajları geliştirilmiştir. Söz konusu Bölgede yatırım yapmak isteyen yabancı şirketler ZED Mariel Ofisi Genel Müdürlüğü ile doğrudan iletişime geçerek, şirket kurulumuna ilişkin anlaşmaların imzalanmasının ardından MINCEX ve diğer ilgili Bakanlıklardan onay almak yoluyla yatırımlarını gerçekleştirebilirler. Diğer bir deyişle; ZED Mariel Bölgesinde, birden fazla hizmetin tek elden sunulduğu ve dolayısıyla normal bürokratik süreçlerin çok daha kısa bir sürede tamamlanabildiği "Tek Elden İşletim" Koordinasyon ve İşlemleri Merkezi sayesinde yabancı sermaye yatırımcılarına hızlı, etkin ve Küba içerisinde sunulmayan bazı ayrıcalıkların sunulduğu sistem geliştirilmiştir.



KÜBA ÜLKESİNDEKİ DİĞER ÜLKELERİN YATIRIMLARI

Kübalı inşaat sektörü devlet kurumlarının 1999 yılından beri önde gelen ortağı konumunda olan Fransız firmasının Küba Cumhuriyeti Devletinde 22 tane otel inşaatı projesi bulunmaktadır. 2017 yılı Nisan ayında müşterilerine kapısını açan Grand Hotel La Manzana (diğer adıyla Kempinski), Fransız firmasının Küba'da 2 yılda tamamladığı ve Gaviota Firması ile ortak olarak yürütülen ve tamamlanan ilk projesidir. Diğer bir otel projesi ise, Jail Caddesi ile kalabalık sanat sokağı olan Paseo del Prado köşesinde yer alan ve Havana'da açıldığında beş yıldızlı lüks bir otele ev sahipliği yapacak olan binanın inşaatı Almest Emlak Şirketi, Uluslararası Ekonomik Birliği (AEI) ve Küba Cumhuriyeti Devleti Askeri Yapılar Şirketi (UCM) ile Bouygues Tasarım Şirketi'nin ortaklaşa yürüttüğü konsorsiyum çalışmasıdır. Havana'yı geliştirme programının bir parçası olan ve yine Bouygues Tasarım firması ile devlet kurumu olan Empresa Inmobiliaria (Emlak Şirketi) Almest tarafından inşaatı gerçekleştirilen iki lüks otelin, Prado ve Malecon Otellerinin yapımlarının sırasıyla 2019 ve 2020 yıllarında tamamlanmıştır.

Altyapı yatırımlarına ilişkin uzun vadeli projelere baktığımızda; havaalanları, limanlar, kanalizasyon ve su dağıtımı, kara yolları, demiryolları, madencilik, petrol ve doğal gaz rafinerileri alanlarında projeler bulunmaktadır. Şu andaki en büyük projelerden bazıları; Brezilyalı, Venezuelalı ve Kanadalı firmalar tarafından üstlenilmiştir.

2015 yılı Haziran ayında başlayan ve Küba'da en önemli ikinci büyük şehir olan Santiago'nun doğu limanının modernizasyonu projesi, Çin devleti tarafından verilen 120 milyon dolarlık krediyle henüz tamamlanamamıştır. Bu Proje, büyük tonajlı gemilerin yüklenmesi ve boşaltılması için yaklaşık 250 metrelik betonarme ile birlikte üçü 50 ton kapasiteli, ikisi 30 ton kapasiteli gelişmiş teknik portal vinçlere sahip çok fonksiyonlu bir rıhtım inşaatını içermektir. Bu yılın ortalarında bitirilmesi planlanan inşaatın tamamlanması halinde; yıllık ortalama 565.000 tonluk yük taşıma kapasitesi ile ülkenin kuzeybatısındaki ZED Mariel Bölgesi Limanından sonra ikinci büyük liman olacaktır. Aynı anda 5.040 tonluk genel kargo ve 10.080 tonluk kuru yük kapasitesine sahip olması beklenen, Körfezde yük gemilerinin yeni rıhtıma erişim için 14 metre derinliğe ve 55.000 tona kadar gemilerin gelişine imkân sağlayacak, dalgakıranın iç kanalını, manevra rıhtımını, ikincil kanalları ve yanaşma kasalarını içeren kapasite erişimine ilave olarak iki adet çatılı ambarın da kurulumunu öngören Proje ile ortaya çıkacak ve en yeni iletişim ağları ile donatılacak olan Liman, hem demiryolu hem de karayolu ile ülkenin geri kalan kısmına bağlanmış olacaktır.

Küba madencilik sektöründe dünyanın en çok kobalt üreten ülkeleri listesinde beşinci sırada olup, çoğunluğu ülkenin doğusundaki Holguin Bölgesinde olan nikel madenleri yataklarındaki 500.000 tonluk kapasitesi ile dünyada üçüncü en büyük nikel rezervine ve 2019 yılında 3.500 tonluk nikel üretimiyle küresel olarak %2,5'luk bir paya sahiptir. Küba, Holguin bölgesindeki Moa sanayi şehrinde bulunan nikel maden tesislerinde Kanadalı uluslararası madencilik şirketi ile General Nickel Company of Cuba arasındaki bir ortak girişim şirketi vasıtasıyla faaliyet göstermektedir. Moa bölgesindeki yataklarda açık ocak madenciliği yoluyla üretilen Küba nikeli Alberta'daki Fort Saskatchewan adlı tesiste rafine edilmek üzere Kanada'ya götürüldüğü de bilinmektedir. Kanada-Küba Ortak Girişim Şirketi Moa, lateritik kaynaklardan nikeli çıkaran ve rafine eden ve dikey olarak entegre bir kuruluştur. Moa (Küba) ve Fort Saskatchewan'da (Alberta, Kanada) bulunan Moa JV, birinci sınıf nikel ve yüksek kaliteli kobalt ürünlerini de birlikte üretmektedir. 25 yılı aşkın bir süredir Küba'da Moa JV şirketi, Kanadalı Sherritt ve Kübalı General Nickel Company A.Ş. ile toplam Küba madenciliğinin %50'sine sahiptir.

Yabancı Yatırımlar

	2018[a]	2019[a]	2020[a]	2021[a]	2022[a]	2023[b]	2024[b]
Ülke dışından gelendoğrudan yatırım milyon dolar)	1006	805	644	708	921	1,197	1,317

Kaynak: EIU (Haziran 2023) a EIU tahmini b EIU projeksiyonu

5. TÜRKİYE ile TİCARET

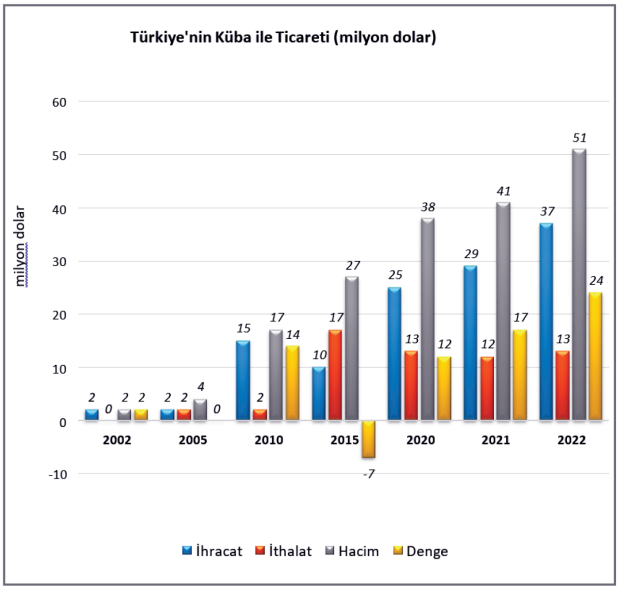
Genel Durum

ABD'nin Küba'ya uyguladığı ticari ambargo nedeniyle Küba ekonomisinde yaşanan zorluklar, Küba'nın ekonomik ve siyasi yapısı ve iki ülke arasındaki coğrafi uzaklık gibi etkenler, Küba ile ticaretimizin yıllar itibariyle düşük seviyelerde seyretmesine neden olmuştur.

2019 yılında ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık %34 oranında artışla 42,8 milyon USD olmuş, Küba'dan ithalatımız da 12 USD'ye yükselmiştir. Küba ile olan dış ticaret hacmimizde 2019 yılında 55 milyon USD'yle dikkat çeken bir artış olduğu görülmektedir.

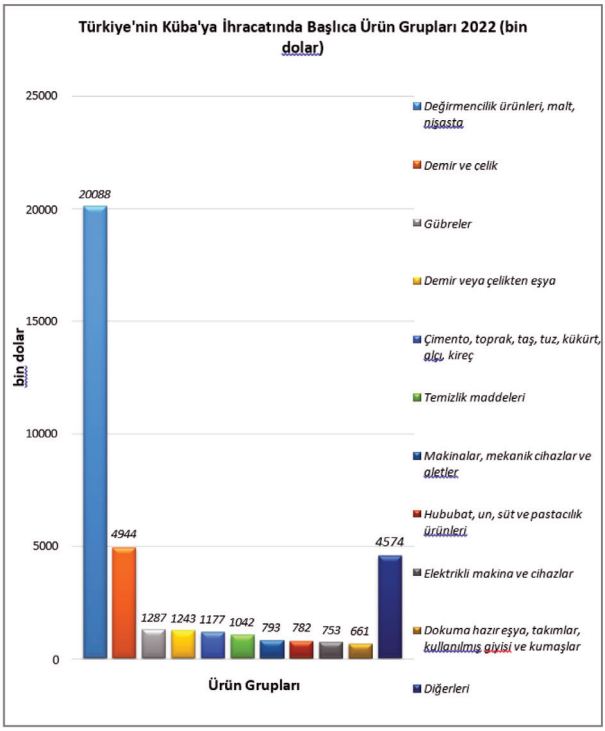
2020 yılında Küba ile olan dış ticaret hacmi pandemi nedeniyle 38 milyon USD'ye gerilemiştir. 2020 yılında Küba'ya olan ihracatımız % 48 azalarak 25 milyon USD olmuştur. 2021 yılında ise Küba ile olan dış ticaret hacmi artış göstererek 41 milyon USD olarak gerçekleşmiştir. İkili ticaretimizin daha da geliştirilebilmesi ve ihraç ürünlerinin çeşitlendirilebilmesi adına, Küba tarafıyla yeni iş birliği alanlarının istişare edilmesinin önem arz ettiği değerlendirilmektedir. Özellikle sağlık sektöründe yapılacak yeni ortak projeler ile ikili ticari ilişkilerimizin daha büyük bir ivme ile atılım yapacağı düşünülmektedir. Küba'ya olan ihracatımızda ilk sırada demir çelik ihracatı yer almakta, bunu makinalar, alüminyum ürünleri ve temizlik malzemeleri takip etmektedir. 2022 yılında ise Küba ile olan dış ticaret hacmi 51 milyon USD olmuş, Küba'ya olan ihracatımız bir önceki yıla göre % 27,5 artarak 37 milyon USD'ye ulaşmıştır.

Türkiye-Küba Dış Ticareti



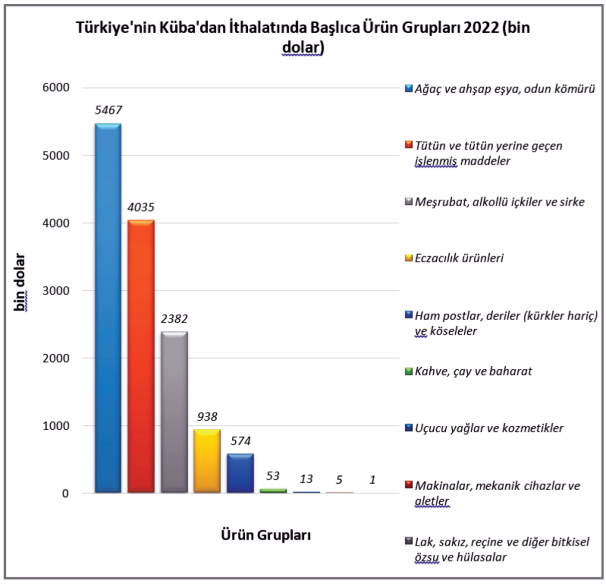
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Küba'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Küba'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Küba'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**1 776 138**	**1 744 099**	**1 857 116**	**100**	**6,5**
1.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar,sigarillolar ve sigaralar	269 130	269 314	227 636	12,3	-15,5
2.	7501	Nikel matları, nikel oksit sinterleri ve nikel metalürjisinin diğer ara ürünleri	144 564	151 778	168 006	9	10,7
3.	2608	Çinko cevherleri ve konsantreleri	76 226	102 215	146 288	7,9	43,1
4.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş)ve damıtılarak elde edilmiş likörve diğer alkollü içkiler	90 010	96 565	105 332	5,7	9,1
5.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katıhalde)	226 405	137 397	76 735	4,1	-44,2
6.	306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	56 892	76 273	70 544	3,8	-7,5
7.	2616	Kıymetli metal cevherleri ve konsantreleri	47 047	50 931	52 505	2,8	3,1
8.	4402	Odun kömürü	40 977	37 241	46 810	2,5	25,7
9.	7404	Bakır döküntü ve hurdaları	13 645	18 840	25 049	1,3	33
10.	409	Tabii bal	15 953	19 957	20 397	1,1	2,2
11.	2710	Petrol yağları ve bitümenli	50 571	36 768	11 878	0,6	-67,7
		minerallerden elde edilen yağlar					
12.	2401	Yaprak tütün ve tütündöküntüleri	6 304	8 973	11 814	0,6	31,7
13.	7204	Dökme demirin, demirin veya çeliğin döküntü ve hurdaları veya bunların eritilmesi ile elde dilmiş külçeler	1 315	7 895	11 048	0,6	39,9
14.	7502	İşlenmemiş nikel	657	2 511	10 111	0,5	302,7
15.	2601	Demir cevherleri vekonsantreleri	0	0	9 942	0,5	100

Kaynak: Trademap

EK-2 : Küba'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**3 993 690**	**4 413 832**	**3 816 453**	**100**	**-13,5**
1.	0207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatatı(taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	266 049	334 845	357 869	9,4	6,9
2.	2203	Biralar (malttan)	29 424	27 823	115 061	3	313,5
3.	0402	Süt, krema (konsantre edilmiş, ilave şeker veyadiğer tatlandırıcı madde içerenler)	123 511	95 263	110 417	2,9	15,9
4.	1001	Buğday ve mahlut	140 250	152 955	102 488	2,7	-33
5.	1507	Soya yağı ve fraksiyonları(kimyasal olarak değiştirilmemiş)	29 966	40 492	100 199	2,6	147,5
6.	1006	Pirinç	58 854	81 409	79 612	2,1	-2,2
7.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	84 740	105 260	53 588	1,4	-49,1
8.	0713	Kuru baklagiller (kabuksuz) (taneleri ikiyeayrılmış)	72 284	69 336	50 454	1,3	-27,2
9.	3401	Sabunlar, yüzey aktiforganik ürünler ve müstahzarlar	48 301	48 882	40 553	1,1	-17
10.	0203	Domuz eti (taze,soğutulmuş veya dondurulmuş)	4 184	11 667	38 383	1	229
11.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	46 068	50 960	33 842	0,9	-33,6
12.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı,serum, aşı, toksin vb.Ürünler	26 222	53 745	31 979	0,8	-40,5
13.	8431	İş ve Maden Makinelerinin aksam ve parçaları	29 809	34 777	31 085	0,8	-10,6
14.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüzdiğer içecekler (tatlandırıcılı, lezzetlendirilmiş)	9 477	13 142	29 789	0,8	126,7
15.	8544	İzole edilmiş teller,kablolar ve diğer elektrikiletkenler; tek tek kaplanmış liflerdenoluşan fiber optic kablolar	41 783	31 359	28 370	0,7	-9,5

Kaynak: Trademap

EK-3 : Küba'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**1 776 138**	**1 744 099**	**1 857 116**	**100**	**6,5**
1.	Kanada	438 469	558 728	738 459	39,8	32,2
2.	Çin	470 010	446 931	457 959	24,7	2,5
3.	İspanya	111 476	121 240	144 337	7,8	19,1
4.	Hollanda	36 948	45 287	62 801	3,4	38,7
5.	Portekiz	54 852	49 180	48 475	2,6	-1,4
6.	Almanya	48 622	58 562	44 493	2,4	- 24
7.	İsviçre	49 660	46 468	41 483	2,2	-10,7
8.	Kıbrıs	41 221	25 207	31 341	1,7	24,3
9.	İtalya	18 932	17 431	24 779	1,3	42,2
10.	Belçika	100 052	87 650	22 810	1,2	- 74
11.	Fransa	17 800	28 052	22 521	1,2	-19,7
12.	Hong Kong	36 785	31 420	21 777	1,2	-30,7
13.	İngiltere	8 185	7 767	15 887	0,9	104,5
14.	Yunanistan	11 634	12 127	13 683	0,7	12,8
15.	**Türkiye**	**13 017**	**12 038**	**13 468**	**0,7**	**11,9**

Kaynak: Trademap –Küba verileri

EK-4 : Küba'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**3 993 690**	**4 413 832**	**3 816 453**	**100**	**-13,5**
1.	İspanya	677 444	744 539	816 141	21,4	9,6
2.	Çin	483 293	575 873	414 204	10,9	-28,1
3.	ABD	176 823	326 992	371 719	9,7	13,7
4.	Brezilya	209 301	180 163	289 928	7,6	60,9
5.	Meksika	246 755	266 920	260 723	6,8	-2,3
6.	Arjantin	273 752	328 993	243 823	6,4	-25,9
7.	Hollanda	156 949	161 825	232 757	6,1	43,8
8.	Kanada	197 849	226 788	209 230	5,5	-7,7
9.	İtalya	213 916	189 325	180 100	4,7	-4,9
10.	Almanya	162 688	134 806	158 717	4,2	17,7
11.	Fransa	129 510	160 681	114 641	3	-28,7
12.	Uruguay	42 870	28 680	56 829	1,5	98,1
13.	Belçika	58 167	54 887	48 132	1,3	-12,3
14.	Y. Zelanda	62 736	22 417	37 542	1	67,5
15.	Dominik Cum.	25 473	21 689	37 413	1	72,5
…	…	…	…	…	…	…
16.	**Türkiye**	**24 992**	**28 854**	**37 344**	**1**	**29,4**

Kaynak: Trademap –Küba verileri

EK-5 : Türkiye'nin Küba'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**24 992**	**28 854**	**37 344**	**100**	**29,4**
1.	1101	Buğday unu	0	14 763	19 807	53	34,2
2.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	438	1 005	2 101	5,6	109,1
3.	2511	Tabii baryum sülfat (barit), tabii baryumkarbonat	0	0	1 172	3,1	0
4.	3104	Potaslı mineral veya kimyasal gübreler	0	0	1 035	2,8	0
5.	7306	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	754	534	896	2,4	67,8
6.	3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar	2 303	183	846	2,3	362,3
7.	7209	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği > 600 mm, soğuk haddelenmiş, kaplanmamış)	280	298	791	2,1	165,4
8.	1902	Makarnalar ve kuskus	2	41	682	1,8	1563,4
9.	7210	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri, genişlik ≥600 mm (kaplanmış)	108	439	620	1,7	41,2
10.	6305	Eşya ambalajında kullanılan torba ve çuval	32	92	475	1,3	416,3
11.	7212	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlikleri 600 mm.den az ve kaplanmış olanlar)	229	139	443	1,2	218,7
12.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	1 240	308	394	1,1	27,9
13.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	777	1 183	364	1	-69,2
14.	3603	Fitiller, infilak fitilleri, ağız otları veya infilak kapsülleri, ateşleyici maddeler, elektrikli infilak ettiriciler	57	352	343	0,9	-2,6
15.	8705	Özel amaçlı motorlu taşıtlar (kurtarıcılar, vinçli, itfaiye, beton karıştırıcılı, yol süpürme, zift vb taşıtları)	0	0	285	0,8	0

Kaynak: Trademap-Türkiye verileri

EK-6 : Türkiye'nin Küba'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**13 017**	**12 038**	**13 468**	**100**	**11,9**
1.	4402	Odun kömürü	7 503	3 201	5 467	40,6	70,8
2.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar, sigarillolar ve sigaralar	3 290	6 605	3 997	29,7	-39,5
3.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	1 136	604	2 382	17,7	294,4
4.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar dozlandırılmış)	816	1 192	911	6,8	-23,6
5.	4101	Sığır (bufalo dahil) ve at cinsi hayvanlarınham post ve derileri	0	69	574	4,3	731,9
6.	901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	34	32	53	0,4	65,6
7.	2401	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	0	12	38	0,3	216,7
8.	3001	Tedavide kullanılan guddeler ve diğer organlar; heparin ve tuzları	25	5	21	0,2	320
9.	3304	Güzellik, makyaj ve cilt bakımı için müstahzarlar (güneşlenme kremleri ve müst. dahil), manikür ve pedikür müstahzarları	24	7	13	0,1	85,7
10.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksinvb. Ürünler	139	303	6	0	-98
11.	8415	Klima cihazları (motorlu bir vantilatör ile nem ve ısıyı değiştirmeye mahsus tertibatı olanlar)	0	0	5	0	0
12.	1302	Bitkisel özsu ve hülasalar, pektik maddeler,pektinatlar, pektatlar, agar-agar,bitkilerden yapışkan sıvı vb.	0	0	1	0	0

Kaynak: Trademap-Türkiye verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN KÜBA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON. REZENE. KİŞNİŞ. KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	186	
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	3.079	
BAHARATLAR HİNDİSTAN CEVİZİ	303	
BAHARATLAR KARANFİL (BÜTÜN HALİNDEKİ MEY VE.TANE. SAPLARI)	322	
BAHARATLAR TARÇIN	778	
BAHARATLAR VANİLYA	170	
BAHARATLAR ZENCEFİL.SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	2.340	351
BAKLİYAT FASULYE	4.872	
BAKLİYAT KIRMIZI MERCİMEK	768	862
BAKLİYAT YEŞİL MERCİMEK	4.238	
BAKLİYAT NOHUT		4.078
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	2.873.789	608.915
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	2.023	103.402
BİTKİSEL YAĞLAR SOYA YAĞI VE FRAKSİYONLARI	7.800.000	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	11.662.896	14.890.190
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	20.305	34
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	151.569	51.942
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	2.681.709	1.655.084
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI YENİLEN ÇEŞİTLİ GIDA MÜSTAHZARLARI	3.208	36.345
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DONDURMA VE DİĞER YENİLEN BUZLAR	2.665	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	43.865	5.467
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	553.385	
HUBUBAT PİRİNÇ		3.788
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	690.705	302.941
KAKAOLU MAMULLER KAKAO TOZU	319	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	306.126	56.023
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	35.574	42.294
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER		1.500
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	4.453.150	1.837.159
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR	6.330	1.538
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	1.324.562	459.442
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	21.249	13.463
Genel Toplam	**32.650.486**	**20.074.817**

KÜBA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	60,901	50,353
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	66,961	118,91
Değirmencilik	12,079	15
Diğer Gıda Müstahzarları	70,113	50,124
Hububat	346,114	223,343
Pastacılık Ürünleri	5,452	5,293
Şeker ve Şeker Mamulleri	15,909	35,394
Un ve Unlu Mamuller	48,229	58,511
Genel Toplam	**625.758**	**541.943**

KOSTA RİKA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2017**	**2018**
1	ARJANTİN	219,06	264,689
2	VİETNAM	160,71	216,389
3	BREZİLYA	163,194	170,717
4	FRANSA	100,28	121,506
5	MEKSİKA	89,801	82,656
6	ABD	103,158	79,431
7	KANADA	67,451	74,732
8	RUSYA	30,063	71,277
9	İSPANYA	64,628	65,238
10	GUYANA	8,293	23,323
16	**Türkiye**	**8,876**	**12,918**

PANAMA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

P

PANAMA CUMHURİYETİ

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Panama Cumhuriyeti
Başkent	Panama Şehri
Nüfus	4,45 milyon (2023 IMF)
Dil	İspanyolca (Resmi Dil), İngilizce
Din	% 84 Katolik, %15 Protestan, % 1 diğerleri
Yönetim Şekli	Anayasal Demokrasi
Devlet Başkanı	Laurentino Cortizo Cohen
Yüzölçümü	75.420 km^2
Başlıca Metropolitan Alanları	Panama Bölgesi, Colon Bölgesi , David Bölgesi
Uluslararası Telefon Kodu	+507
Döviz Kuru	Balboa (PAB) (ABD Doları ile birlikte kullanılmaktadır)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

BCIE, CAN (gözlemci), CD, CELAC, FAO, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC (ulusal komiteler), ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC, LAES, LAIA, MIGA, NAM, OAS, OPANAL, OPCW, Pasifik İttifakı (gözlemci), PCA, SICA, UN, UNASUR (gözlemci), UNCTAD, UNESCO, UNIDO, Union Latina, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Karayip Denizi ve Kuzey Pasifik Okyanuslarına sınırı olan Orta Amerika ülkesi Panama, Kosta Rika ve Kolombiya'nın arasında yer almaktadır. Ülkenin güneydoğusundan Kuzey Amerika ve Güney Amerika'yı birbirinden ayıran sınır olan, Pasifik Okyanusu ile Karayip Denizi'ni birbirine bağlayan ve stratejik önemi büyük olan Panama Kanalı geçmektedir. Ülkenin Kolombiya ile 225 km ve Kosta Rika ile 330 km uzunluğunda sınırı bulunmaktadır.

Yüzölçümü bakımından ABD'nin South Carolina Eyaleti'nden biraz daha küçük olan ülkede Pasifik Okyanusu ve Karayip Denizi kıyıları dışındaki alanlar dağlıktır.

Ekilebilir alanlar toplam kara alanının %7,36'sını oluşturmaktadır. 2490 km kıyı şeridi bulunan Panama'da deniz kıyısının büyük bölümünü ayrıcalıklı ekonomik bölge oluşturmaktadır. Tropikal deniz ikliminin hakim olduğu ülkede; Mayıs-Ocak dönemi yağışlı ve sıcak, diğer dönemler yağışsız geçmektedir.

Siyasi ve İdari Yapı

Panama, başkanlık sistemiyle yönetilen temsili bir demokrasidir. Devlet başkanı, devletin ve hükümetin başı, aynı zamanda partisinin de lideridir. Devlet Başkanı 5 yıllığına seçilmektedir. Yasama organı, 5 yıllık süre için seçilen ve 71 üyeli tek kanatlı Ulusal Meclis'ten oluşmaktadır. Yargı, 10 yıllığına atanan 9 üyeli Yüksek Adalet Mahkemesi, 5 bölgesel yüksek mahkeme ve 3 temyiz mahkemesinden oluşmaktadır.

Ülkenin önde gelen siyasi partileri, Panama Devrimci Demokratik Partisi (PRD), Demokratik Değişim Partisi (CD) ve Panamenista Partisi'dir (PP). 2014 yılı Mayıs ayında yapılan seçimlerde Devlet Başkanı seçilen PP partisinden Juan Carlos Varela, 5 yıllık Başkanlık dönemini takiben 1 Temmuz 2019 yılında görevi 5 Mayıs 2019 tarihli seçimleri kazanan PRD Partisinden Laurentino Cortizo'ya devretmiştir.

Panama-Kolombiya sınırındaki Darien bölgesinde sınır ihlali yapan Kolombiyalı silahlı gruplar nedeniyle yaşanan problemler dışında, ülkenin, komşularıyla sorunu bulunmamaktadır. Özellikle ABD ile ekonomi, siyaset ve güvenlik başta olmak üzere, her alanda çok sıkı bir işbirliği mevcuttur.

Nüfus ve İstihdam

MF verilerine göre Panama nüfusunun 2023 yılı itibariyle yaklaşık 4,45 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Nüfusun yarısından fazlasının Panama eyaletinde yoğunlaştığı ülkede % 67 oranında Afrika, yerli ve İspanyol kökenli nüfus, %12,3 oranında yerli halk ve %9,2 oranında Afrika kökenli halk bulunmaktadır. Nüfusun geri kalan kısmı ise beyaz veya Çin kökenli halktan oluşmaktadır. Afrika kökenli nüfusun büyük bölümü Colon Eyaleti'nde yoğunlaşmaktadır.

Ülkede ortalama yaşam süresinin 76,1 yıl olduğu tahmin edilmektedir. Nüfusun %64'ünün 15-64 yaş grubunda bulunduğu ülkede yaş ortalamasının 27,5 olduğu tahmin edilmektedir.

Dış göçün gözlendiği Panama'da nüfusun %75'i şehirlerde yoğunlaşmıştır. Nüfusun yaklaşık %92'sinin okuryazar olduğu ve bu oranın erkeklerde kadınlara oranla daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Ortalama eğitim süresinin 13,2 yıl olduğu Panama, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından hesaplanan İnsani Gelişmişlik Endeksine göre gelişmiş bir ülkedir. Dili İspanyolcadır ancak Panama ve Colon şehirlerinde nüfusun büyük bir bölümü İngilizce konuşmaktadır.

Panama Kanalı'nın ticari konumunun ve gelişme eğiliminde olan Colon Serbest Bölgesi'nin işgücüne katkısı büyüktür. Yaklaşık 1,6 milyon olduğu tahmin edilen işgücünün en büyük bölümü (%17,9) ticaretle uğraşmakta iken %15,4'ü tarım ve hayvancılık, %10,6'sı inşaat, %8,6'sı imalat, %6,5'i ulaşım, nakliye ve depolama sektörlerinde çalışmaktadır.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Panama, Orta Amerika'nın en büyük enerji tüketicisidir. Petrol, doğalgaz ve kömür rezervlerinin kısıtlı olduğu ülkede hidrokarbon ihtiyaçlarını ithalat ederek karşılamaktadır. Bu sebeple ülkede enerji yatırımları konusunda çeşitli projeler bulunmaktadır. Ülkede Orta Amerika'nın en büyük rafinerisi bulunmaktadır. 7 yıl kapatıldıktan sonra 2003 yılında tekrar faaliyete geçen Pasifik-Panama boru hattı bölgeye enerji tedarik etmektedir. Bölgedeki güç kesintilerini azaltmak ve enerji yatırımlarını teşvik etmek amacıyla faaliyete geçen ve Orta Amerika elektrik şebekesinin entegrasyonunu sağlayan Puebla-Panama projesinde Panama da yer almaktadır. Bu girişiminin amacı enerji maliyetlerini ve enerji kesintileri sıklığını azaltmak bunun yanı sıra yeni santrallerin geliştirilmesi için özel sektör yatırımlarını çekmektir.

Ülkede Orta Amerika'nın en büyük rafinerisi mevcuttur. Ülke Trans-Panama boru hattı ile Pasifik'e, Ekvator'a ve Karayipler'e günde 70.000 varil petrol dağıtmaktadır.

Panama'da enerji üretiminin yaklaşık %80'i hidroelektrik teknolojisi ile üretilmektedir. Bu nedenle, Río Chagres ve Río Chepo gibi nehirler enerji üretimi için oldukça önemlidir. Ayrıca, yılda yaklaşık %7 artan enerji talebini karşılamak konusundaki problemler ülkeyi hidroelektrik enerjisi konusunda yeni adımlar atmaya sevk etmiştir.

Panama toprak yapısının zenginliği nedeniyle biyodizel yakıtların üretimi için oldukça elverişli bir coğrafyaya sahiptir. Şeker pancarı ile etanol üretimi ve biyodizel yakıt elde edebilmek için palm yağı kullanımı konusunda çeşitli yatırımlar bulunmaktadır. 2011 yılı Nisan ayında biyodizel yakıt üretiminin teşvik edilmesi, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesine yönelik bir kanun çıkartılmıştır. Bu kanun kapsamında, elektrik üretiminde ülkenin biokütlesinden yararlanılma oranının artırılması konusunda adımlar atılmıştır. Panama Kanalı coğrafik konumu nedeniyle nakliye ve ticaret açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca, önemli bir transit merkezi olan ve potansiyel bir geçit konumunda olan Panama Kanalı, dünya enerji pazarı için oldukça önemlidir.

Panama'nın kıyı şeridi 2.490 km'dir. Ülkenin Karayip kıyı şeridinde birçok doğal limanı bulunmaktadır. Ancak, Panama Kanalı'nın Karayip kıyı şeridi çıkışında yer alan

Cristóbal Limanı ticari açıdan en önemli limandır. Panama Kanalı'nın Pasifik Okyanusu'na açıldığı diğer çıkışında ise yine ticari açıdan önem arz eden Balboa limanı bulunmaktadır. Cristóbal ve Balboa Limanları, Latin Amerika bölgesinde kapasite açısından, Brezilya'da yer alan Santos Limanı'nın ardından, sırasıyla, en önemli 2. ve 3. liman konumundadır.

Panama, doğal kaynaklar açısından zengin bir ülkedir. İki kıta arasında köprü konumunda olan Panama'nın flora ve faunası oldukça zengindir. Kuzey ve Güney Amerika'daki en zengin bitki çeşitliliğini barındıran geniş orman alanları bulunmaktadır. Maun ağacı ülkenin önemli ağaç türlerindendir. Panama kuşların iki kıta arası göç yolları üzerinde bulunmakta ve bu sebeple ülkede zengin kuş çeşitleri bulunmaktadır. Panama'da 97 adet korunan doğal alan bulunmaktadır. Bu alanlar ülkenin %38'ini oluşturmaktadır. Aralarında Darien Ulusal Parkı'nın da bulunduğu alanlar uluslararası dünya mirası sit alanı ve biyosfer rezervi olarak tanınmıştır. Panama'daki en çok rastlanan doğal afetler, ara sıra meydana gelen şiddetli fırtınalar ve ormanlık yapısı nedeniyle özellikle Darien bölgesinde meydana gelen orman yangınları olarak sıralanmaktadır.

Panama'da coğrafi yapısı nedeniyle deniz ürünleri üretimi oldukça büyük bir öneme sahiptir. Deniz ürünlerinde Orta ve Güney Amerika, ABD ve Avrupa Birliği'ne yoğun ticaretinin gerçekleştiği karides öne çıkmaktadır.

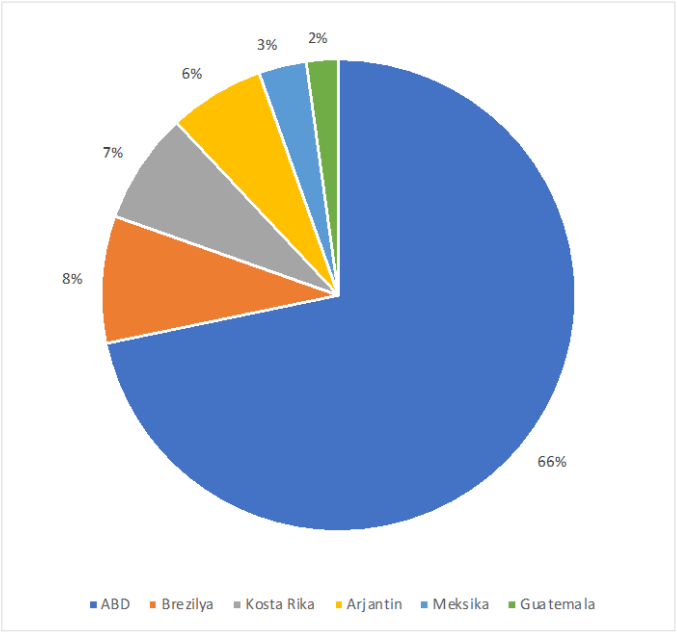
Panama dünyanın en büyük iki işlenmemiş bakır yatağına sahiptir. Ülke ekonomisi için diğer önemli mineraller ise altın, gümüş ve magnezyum olarak sıralanmaktadır. Madencilik ülke ekonomisine katkısı açısından geri planda bulunsa da ülkede son yılların en hızlı büyüme yaşayan ekonomik faaliyetlerinden biridir.

Panama' ya Genel Bakış

4.44 milyonluk nüfusa sahip olan Panama, başta sahip olduğu güçlü hizmet sektörü etkileri nedeniyle Amerika kıtasının en hızlı büyüyen ekonomilerinden biridir. 2022 yılının sonunda Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) 65 milyar USD seviyesine ulaşmıştır. 2020 yılına göre bu rakam %15 artış göstermiştir. Panama ekonomisinin yaklaşık %83'lük bölümü hizmet sektörüne dayanmaktadır. Tarımsal faaliyetlerin ülke ekonomisindeki payı ise oldukça düşük olup %2.3 seviyesindedir. Ülke ekonomisi 2023 yılında da güçlenmeye devam etmektedir. Latin Amerika ve Karayipler'deki en hızlı büyüyen ikinci ekonomi olup, 2022 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) büyüme oranı yaklaşık olarak %9'dur.

Panama'da yaklaşık olarak 150 gıda üreticisi kuruluşu bulunmaktadır. Bu işletmelerin başlıca faaliyet alanları süt ürünleri, et ve tavuk, deniz ürünleri, meyve, içecekler ve alkollü içkiler, fırıncılık ürünleri, atıştırmalıklar ve evcil hayvan gıdalarıdır. Hızlı büyüme gösteren kategoriler arasında atıştırmalıklar, işlenmiş etler, deniz ürünleri, soslar ve baharatlar, işlenmiş meyve ve sebzeler ile süt ürünleri bulunmaktadır. Bu pazarda rekabet genellikle fiyat ve kolaylık üzerine kuruludur.

Ülkede faal olan başlıca gıda perakendecileri sırasıyla Price Smart, Super 99, El Rey, Super Xtra, Riba Smith, El Machetazı, Sysco, Felipe Motta, Foodies Market ve Organica Store'dur. Özel kahveler, papaya, ananas, kavun ve muz gibi meyveler, şekerlemeler, kakao ve ürünleri ve alkolsüz içecekler büyüyen pazara yanıt vermek için Panamalı gıda üreticilerinin tedarik ettiği başlıca girdiler arasındadır. Diğer bölge ülkelerinin genelinde olduğu gibi, Panama pazarını da ABD domine etmektedir. ABD tarımsal ürünleri, 31 Ekim 2012 tarihinde yürürlüğe giren ABD-Panama Ticaret Teşvik Anlaşması (TPA) sayesinde avantajlı bir konumdadır. Çünkü bu anlaşma kapsamında ABD'nin tarım ürünlerinin neredeyse yarısı gümrüksüz muamele görmeye başlamış ve diğer ürün kategorileri de aşama aşama bu statüye dahil olmuştur. Kapsam dahilindeki son ürün olarak pirinç, 2031 yılında gümrüksüz erişim elde edecektir. Panama'da yayınlanan 2007 yılı tarihli çok uluslu şirketlere ilişkin kanun, farklı ülkelerden 177 şirketi Panama'ya bölgesel merkezlerini veya genel merkezlerini kurmaya ve yöneticilerini ve çalışanlarını getirmeye teşvik etmiştir. Bu şirketler arasında Dell, Maersk, ADM, Procter and Gamble, Caterpillar, Mars, Adidas, Nike, SAB Miller gibi örnekler bulunmaktadır.



Şekil. Panama'nın Başlıca Gıda ve İçecek Tedarikçisi Ülkeler (Panamanian Food Agency, 2023)

Panama Pazarının Avantajları

- Stratejik coğrafi konumu ve hizmet odaklı ekonomisi nedenleri ile Panama, gelecek yıllarda deniz limanlarını ve lojistik varlıklarını (Panama Kanalı, deniz limanları, havaalanları, özel ekonomik bölgeler, lojistik parklar ve demiryolu) güçlendirmeye devam edecektir.
- Yüksek sayıdaki turist ve göçmen varlığı ile bu göçmenlerin farklı etnik kökenlere sahip olması pazarın sahip olduğu avantajlardandır. Her yıl binlerce turist ve göçmeninin Panama'ya gelmesi, çeşitli etnik kökenlere sahip bir tüketici grubu varlığına neden olmaktadır.
- Ülke, Venezuela, Kolombiya, Nikaragua, Antiller, Asya, Avrupa, Kanada ve diğer ülkelerden gelen kalıcı sakinlerle artan göç almaktadır. Göçmenlerin artmasıyla birlikte, Panama'da kalıcı olarak yaşayanların sayısı artmaktadır.
- Tarım ürünlerinin statik üretimi, gıda ve yem ithalatlarına güçlü bir talep yaratmaktadır
- Tüketici-odaklı ürünler için büyük ölçekli e-ticaret ve teslimat hizmeti platformları ulusal çapta güçlüdür.
- Yerel ithalatçılar genellikle pazarla rekabet etmek için yeni ve yenilikçi ürün arayışındadır. Büyük ve küçük zincirler, pazar trendlerini takip etmek ve gıda ürün portföylerini güncellemek için çeşitli uluslararası ve bölgesel gıda fuarlarına katılır.
- Panama büyüyen bir gıda üretim endüstrisine sahiptir. Bu endüstrinin hammadde talepleri, yeni Pazar imkanları oluşturmaktadır.
- Yerel işletmeler, yabancı pazarlar ve iç talep için daha yüksek ihracat standartlarını karşılamak için üretim kapasitelerini ve gıda kalitesini artırmaktadır.
- Tüketicilerin yenilikçi, düşük yağlı, sağlıklı ve organik ürünlere olan talepleri artış göstermektedir.
- Pazarı domine etmelerine rağmen bazı ABD menşeli ürünlerin maliyet rekabetçiliği düşüktür.

Panama Pazarının Dezavantajları

- ABD'den Panama'ya sevkiyatlar, Panama Kanalı'nın genişlemesi ile iyileşmiştir.
- Yerel perakendeciler ve distribütörler genellikle ABD ihracatçılarıyla özel sözleşmeler anlaşmalar gerçekleştirmektedir.
- ABD, Kolombiya, Kosta Rika, Karayipler ve Meksika gibi bölgelerdeki deniz limanlarıyla güçlü rekabet bulunmaktadır.
- Panama hükümetinin korumacı politikaları, gıda, içecek ve tarım ürünleri ithalatını daha yüksek maliyetli hale getirebilmektedir.
- Çin gıda ve içecek ithalatından kaynaklanan rekabetin artışı söz konusudur.
- Ülkemiz ihracatçıları, daha yüksek hacimler üreten daha büyük pazarlarla çalışmayı tercih edebilmektedir.
- Nüfusun %45'i çevrimiçi alışveriş yapmaya isteklidir.
- Bazı sektörlerde güçlü rekabet bulunmaktadır; atıştırmalıklar ve işlenmiş gıda ürünleri (ABD, Çin ve Orta Amerika), meyveler (Şili, Meksika ve Peru), tahıllar ve yağlar (Arjantin, ABD, Kanada ve Brezilya), et (ABD, Kanada), süt ürünleri (ABD; Kosta Rika, Arjantin, Yeni Zelanda ve Avustralya).
- Yerel üreticiler, yerel tat tercihlerine uygun daha uygun fiyatlı ürünler üretebilir.
- Birçok tüketici tarafından hala işlenmiş gıdalar, taze gıdalara göre dezavantajlı kabul edilmektedir.
- Panama, 19 ülke ile yürürlükte olan Serbest Ticaret Anlaşmalarına sahiptir.
- Panama, fiyat duyarlı bir pazardır

SWOT Analizi

Panama Pazarı Yapısı

Uluslararası gıda ve içecek hizmet sağlayıcıları ile Sysco, H.Tzanetatos, Proserv, Procesadora Monte Azul, Dicarina, Pedersen Fine Foods gibi yerel şirketler, 50 yılı aşkın bir süredir gıda ve içecek ithalatı, depolama ve lojistik, satış ve pazarlama gibi alanlarda faaldirler. Bu organizasyonların faaliyetlerinin de sağladığı destekle ülkede hem yerel hem de uluslararası mutfakları desteklenmekte olup Panama'nın gıda hizmet endüstrisi ülkenin en güçlü sektörlerinden biri haline gelmiştir. Fast-food zincirleri, kafeler, barlar, fırınlar, dondurma dükkânları, aile işletmelerine ait restoranlar, yiyecek kamyonları, sokak satıcıları, bakkal dükkânları ve catering hizmetleri, bu güçlü ticaret yapısından faydalanmaktadır.

Panama City'deki restoranlar son derece gelişmiş ve dünya standartlarında şeflere sahiptir. Genişleyen turizm, artan göç hareketleri ve yükselen tüketici satın alma gücü nedeniyle restoran seçenekleri ve uluslararası mutfak çeşitliliğinin artmaya devam etmesi beklenmektedir. Şu anda, Panamanian Restaurant Association ve ilgili işletmelerin 400'den fazla üyesi bulunmaktadır.

Seyahat ve turizm, ekonomik gelişmenin bir itici gücü ve kültürler arası paylaşım ve etkileşim için Panama'da önemli bir araçtır. Ülkeyi ziyaret etmek isteyen gezginlerin akışını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Panama, çekici bir destinasyon olup USD ile işlem yapılabilmesi de bir avantajdır. Panama'da bulunan uluslararası otel zincirleri arasında Waldorf, Hilton, Marriott ve J.W. Marriott, Bristol, Country Inn, Sheraton, Radisson, Holiday Inn, InterContinental, Hyatt, Sofitel, Riu, Westin, Wyndham Garden, Novotel, Hotel Las Americas Golden Tower ve Tryp Hotel gibi isimler yer almaktadır. Panama'da faal olan oteller ve tatil köyleri genellikle gıda hizmeti şirketlerinden veya doğrudan distribütörlerden, süpermarketlerden ve restoranlardan alışveriş yapmaktadır.

Panama'da gıda perakendeciliği ile ilişkili tercih ve eğitimlere geleneksel pazarlardan uzaklaşarak süpermarketlere doğru yön değiştirmeye devam etmektedir. Günümüz süpermarketleri, geleneksel aile işletmelerine göre tüketici fiyatlarını azaltma kapasitesine sahiptir. Süpermarketler, ürün güvenliğini ve çeşitliliğini artırmakta, güçlü e-ticaret platformları ve teslimat hizmetleri sunmaktadır. Bunlar arasında Super 99, Supermercado Rey, Super Xtra, Riba Smith, El Machetazo, El Fuerte, Jumbo Market, Super Kosher, Felipe Motta, Organica Store, Grand Deli Gourmet stores, Foodie Market, Pretelt Gourmet Meats gibi süpermarket zincirleri ve özel mağazalar yer almaktadır.

Panama'da gıda ve içecek tüketimi ile ilgili kurumsal sektörler, özel ve kamu hastaneleri, ulusal polis ve ceza sistemlerini içerir. Özel hastaneler, hasta yemekleri ve kafeteryalarını tedarik etmek için kendi lojistik operasyonlarına sahiptir, kamu hastaneleri ve polis genellikle yerel yiyecek hizmeti sağlayıcıları, restoranlar veya gıda işlemcileri ile yıllık veya 5 yıl süreli sözleşmeler yaparlar.

Panama pazarına giriş seçeneklerinden başlıca olanı bir distribütör belirlemek ve onunla anlaşmaktır. Diğer bir seçenek ise pazar bilgisi ve bağlantıları sağlayabilen bir yerel ortak bulmaktır. Panama'da, aracılar kullanmadan birçok pazara ulaşma kapasitesine sahip büyük distribütörler bulunmaktadır. Ana süpermarket zincirleri arasında Super 99, Supermarket Rey, Price Smart, Riba Smith, Xtra ve Machetazo aynı zamanda bu özelliklere de sahip olan organizasyonlar olarak tanımlanabilirler.

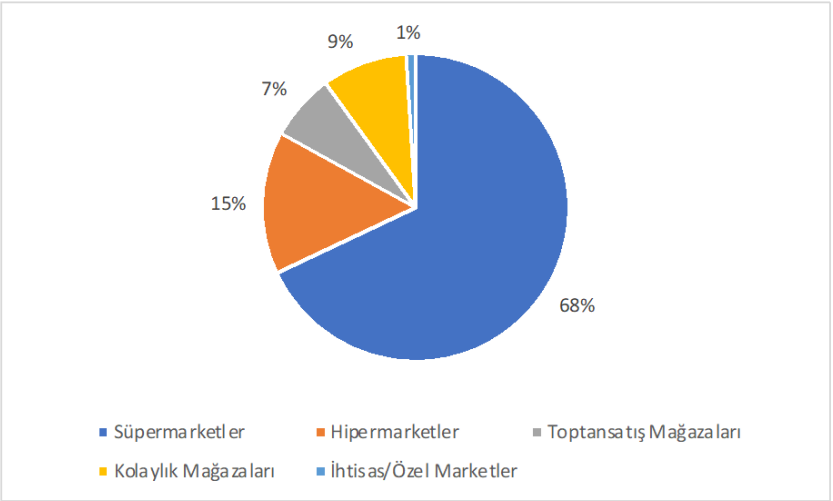
Çizelge . Panama'daki başlıca gıda perakendecileri

Kategori	**Perakendeci**	**Mağaza Sayısı (adet)**
Toptan satış Mağazaları	PriceSmart, Inc	8
	Sysco	3
Supermarket Zincirleri	Super 99	49
	El Rey	31
	Riba Smith	8
	El Machetazo	11
	Super Xtra	30
	Jumbo Market	3
	Organica Store	7
	Felipe Motta	15
	Deli Gourmet	10
	Super Kosher	1
Özel/İhtisas Marketleri	La Casa del Jamon	1
	Entremas (Tzanetatos)	3
	Pretelt Meats	7
	Foodie Speciality Supermarket	5
	ZAZ Food Store	18
	Va y Ven/Terpel	54+
	Quick Shops/Terpel	12
	Deniz Ürünleri Halk Pazarı	1
	San Felipe Halk Pazarı	1
Taze Gıda Pazarları	Merkez Tarım Pazarı (Abastos)	1
	Mi Tienda (IMA)	221
	Cold Chain National Markets S.A.	4

Gıda Perakendeciliği

Panama'da gıda perakende sektörünü süpermarketler, hipermarketler ve bağımsız gıda mağazaları domine etmektedir. Süpermarket zincirleri, ülkenin çeşitli bölgelerinde yeni mağazalar açmakta ve çevrimiçi market alışverişi ve teslimat hizmetleri sunmaktadır. Bu zincirlerde daha fazla private-label ürün bulunmakta ve bu ürünler perakendecilerin müşterilere daha fazla seçenek sunması imkânı sağlamaktadır. Lüks ve özel perakende mağazaları da büyümeye devam etmektedir. Bağımsız gıda mağazaları da yerel mahallelerde satış noktaları açmaya devam etmektedir. Panama'da yaklaşık olarak 11.000 bağımsız gıda perakende mağazası bulunmaktadır. Ayrıca, genişletilmiş gıda hizmeti sunan geleneksel boyutlarda olan mini-marketler ve ürün çeşitliliği ile iç mekânlarda yemek servisi sunan hiper-market noktaları faaldir. Eczaneler, küçük boyutları, uygun konumları ve tüketicilere yakınlıklarını kullanarak konserve ve kuru gıda, atıştırmalıklar, süt ürünleri, etnik özellikler, şarap, bira ve evcil hayvan gıdası gibi tüketici odaklı ürünler sunmaktadır.

Panama'da yeni e-ticaret ekosistemleri, tüketicilerin nerede ve nasıl alışveriş yaptığına daha büyük bir etki etmeye başlamıştır. Perakendeciler, çevrimiçi gezinme ve yeni ürün keşfini kolaylaştıran alternatifler arayarak perakendecilikte rekabet etmek için yeni platformlara yatırım yapmışlardır. Abonelik modelleri, ücretli üyelikler, mobil ödeme uygulamaları, ürün incelemeleri için ağızdan-ağıza reklamcılık ve sosyal medya etkileyicileri gibi perakende stratejileri, pazara giren yeni markaların tanıtımını kolaylaştırmaktadır.



Şekil. Panama'nın Başlıca Gıda ve İçecek Tedarikçisi Ülkeler (Panamanian Food Agency, 2023)

Pazara Giriş Stratejileri

Panama, açık bir ekonomiye sahiptir ve bundan dolayı da nispeten az pazar erişim sorunu bulunmaktadır. Pazarda ithal ürünler yüksek kaliteli olarak görülmekte ve olumlu yaklaşım sergilenmektedir. Panama'daki gümrük işlemleri, yerel koşullara uygun olan ihracatçılar için nispeten hızlı ve sorunsuzdur.

Açık ekonomisi nedeniyle Panama'nın pazar erişimi sorunları minimal düzeydedir. Pazar girişi uygulamalarından önde geleni, bir ithalatçı veya distribütör ile işbirliğine gidilmesidir. Diğer bir seçenek, pazar bilgisi ve bağlantılar sağlayabilen bir yerel ortak bulmaktır. Bazı işletmeler lisans veya franchise ile pazara girebilirler. Hem Panamalı hem de yabancı şirketler, Panama'da çoğu ticari alanda kuruluş ve işletme için aynı temel gereksinimleri yerine getirmelidir. Ancak Panama Anayasası, yabancıların perakende mağazaları sahibi olmasını ve belirli meslekleri icra etmesini yasaklar.

Yeni ticaret işletmeler, 11 Ocak 2007 tarihli 5 Sayılı Kanun gereği www.panama-emprende.gob.pa adresine kaydolmalıdır. Tüm gıda perakende, gıda üretim ve restoran işletmeleri, Sağlık Bakanlığı'nın Ulusal Gıda Kontrolü ve Veteriner Gözetimi Direktörlüğü (DNCAVV) tarafından verilen Hijyen İşletme İzni'ne sahip olmak zorundadır. Uluslararası tedarikçiler ile yerel ithalatçılar ve distribütörler arasındaki ilişkilere yönelik bir yasa bulunmamaktadır. Bu ilişkiler, ilgili taraflar arasında yapılan özel anlaşmalara dayanmaktadır. Sözleşme sona erme veya anlaşmazlık durumlarında, özel sözleşme hükümleri diğer düzenleme veya uygulamalardan önce gelir.

Panama, franchise sistemlerine açıktır. Ülke için bazı franchising fırsatları da söz konusudur. Eğlence hizmetleri, fast food, otomotiv, otel ve motel franchisingleri, yerel pazarda daha iyi tesisler ve hizmetler talep ettiğinden kolayca pazarlanabilir. Panama'da bir franchise kurma hakkında ayrıntılı bilgi için yerel bir avukatla iş birliği önerilir. Pazarda bulunan yaygın ABD gıda ve içecek franchising örnekleri arasında Krispy Kreme, McDonald's, Starbucks, Johnny Rockets, Pinkberry, KFC, Burger King, Pizza Hut, Domino's Pizza, Carl's Jr, Ruby Tuesday, Applebee's ve IHOP bulunmaktadır.

Gıda sanayi için hammadde ve ara-mamul tedariki de bu pazarın potansiyel ihracat alanları arasında yer alır. İhracatçılarımız, gıda üreticileri doğrudan satış yapmanın yanı sıra yerel bir distribütör veya temsilci ile yakın iş birliği yapabilirler. Gümrük işlemleri nispeten hızlı ve sorunsuzdur. Panama, USD tabanlı bir ekonomiye, iyi bir ulaşım altyapısına ve iletişim sistemlerine, çağdaş limanlara ve deniz ve hava taşımacılığına erişime sahiptir. Gıda sanayi için hammadde ve ara-mamullerin çoğu için ithalat engeli bulunmamaktadır.

İthal Gıda Standartları ve İthalat Prosedürleri

Genel olarak, gıda ürünleri ve içecekler, Panama Gıda Ajansı (APA) tarafından kaydedilmeli ve hijyen ve bitki sağlığı ile kalite kontrol gereksinimlerini karşılamalıdır. Sağlık Bakanlığı, gıda üretimi, depolama ve işlemeye ilişkin hijyen kurallarını belirler. Gıda ve yem ürünleri için, ihracatçının hijyen veya bitki sağlığı ithalat protokollerine uyması gerekmektedir.

İthalat ürün fiyatları CIF değeri üzerinden hesaplanır ve mevcut ithalat vergileri, gümrük acentesi ücretleri, ülke içi taşıma maliyetleri ve diğer ürünle ilgili maliyetleri içerir. Genellikle fiyatlandırma, ihracatçı ülkenin iç pazarlama maliyetlerini içermez, bu da Panama pazarında daha rekabetçi ve çekici bir fiyat sağlar.

Özellikle sahip olduğu kanal nedeni ile Panama, dünyanın en iyi taşıma lojistik merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ülke, Atlantik ve Pasifik okyanuslarında modern deniz limanlarına sahiptir ve bunlar bir demiryolu ağı, otoyollar ve tüm türden yük taşımacılığını yapabilen uluslararası havaalanları ile bağlanmıştır. Panama'nın ticaretinin büyük bir kısmı Manzanillo, Cristobal ve Colon Container Terminali gibi Atlantik limanlarından ve Balboa ile Rodman gibi Pasifik tarafındaki limanlardan geçmektedir. Tocumen Uluslararası Havalimanı, Panama'nın hava kargo işlemlerinin büyük bir kısmını yönetmektedir. Demiryolu ağı, Balboa Limanı'nı Colon'a bağlayan 47 mil uzunluğunda bir raydan oluşur. Taşıma kapasitesi yıllık ortalama 500,000 konteyner iken yol ağı 11,643 km yol içerir. Bunların 4,028'i asfalt kaplıdır.

Pazar ve Tüketici Trendleri

Farklı kategorilerde faaliyet gösteren Panama gıda endüstrisi, ülke ekonomisi içinde istikrarı ile dikkat çekmektedir. Birçok ulusal şirket, küresel ihracatı artırmak amacıyla çok-uluslu şirketler tarafından satın alınmış veya bu şirketlerle iş birliği yapmıştır. Muz, ham kamış şekeri, deniz ürünleri, karides, balık unu, kahve ve etin yanı sıra,

alkollü içecekler, meyve ve sebzeler, kümes hayvanları ve yumurtalar gibi diğer ürünlerin ihracatı son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Tüketici tutumları ve birçok marka tercihi küresel pazar trendlerine benzer eğilimlere sahiptir. Covid-19 pandemisi tarafından neden olan önemli değişiklikler, Panama gıda sektöründe de gözlemlenmektedir:

- Tüketici tercihleri, sağlıklı bir yaşam tarzına ve sürdürülebilirliğe odaklanmaktadır.
- Tüketiciler ürünün kalitesine ve kalite-fiyat ilişkisine daha fazla ilgi göstermektedir.
- Panamalı tüketicilerin marka sadakat düzeyi düşüktür.
- Tüketiciler, işlenmiş gıdaların içeriğine giderek daha fazla dikkat etmektedir. Daha az işlenmiş ürünleri, daha "temiz" etiketleri, doğal içerikleri veya daha az katkı maddesi, renklendirici ve koruyucu madde içeren ürünleri tercih etmektedirler.
- Sosyal medya ağları ve "influencerlar", özellikle gençler olmak üzere Panamalı tüketicilerin tercihlerini etkilemeye ve şekillendirmeye yardımcı olmaktadır. Örneğin ABD resmi yetkilileri tarafından oluşturulan Sabor USA adlı dijital bir platform, yerel pazarda ABD gıda ve içecekleri hakkında bilgilendirmek ve tanıtmak için yaratıcı içerikler geliştirerek pazar payı kazanmaktadır. "Unidos por los Sabores" (Lezzetlerle Birleşmiş) mesajı altında, ABD ile Panama arasındaki tarihi bağlar güçlendirilmeye çalışılmaktadır.

Son yıllarda, daha fazla kolaylık ve sağlıklı gıda tüketimi, Panama'ya gıda ihracatı için yüksek potansiyel getiren bir trend olmuştur. Bu kategoriler düşük yağlı, düşük sodyumlu, glutensiz, şeker içermeyen, ketojenik, taze meyveler (örneğin elma, üzüm, şeftali ve armut), organik gıdalar ve işlenmiş meyveleri (özellikle konserve meyveler) içermektedir. İşlenmiş konserve sebzeler (özellikle karışık konserve sebzeler, sarı tatlı mısır, bezelye, mantar ve nohut), atıştırmalık gıdalar (mısır cipsleri, patlamış mısır, kurabiye ve şekerleme) ve dondurulmuş işlenmiş ürünler (pizza ve hazır yemek) de yüksek ithalat talebine sahiptir.

Panamalılar, tercihlerinde besin değeri ötesinde sağlık faydaları sunan daha pratik ve sağlıklı gıdalara yönelmektedir. Sığır eti ve yumurtanın serbest gezen hayvanlardan elde edilmesi, sağlık algılarına dayalı olarak tüketiciler arasında popülerlik kazanmaktadır. Temiz etiketler de giderek daha fazla popülerlik kazanmaktadır, daha az bileşen ve yapay renklendirici, aroma veya tatlandırıcı içermesi halinde ciddi düzeyde tüketici negatif tutumu ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu trendlere uygun ürünleri pazara arz edecek olan ihracatçılarımız özellikle özel mağazalarda ve popüler perakende satış noktalarında ürünlerini piyasaya arz edebilirler.

Çizelge . Panama'daki başlıca gıda perakendecileri

Sağlık & Fonksiyonel	Baharatlar	İçecekler	Bitkisel İngradiyentler	Atıştımalıklar
Düşük yağlı	Turmerik	Matcha yeşil çayı	Zencefil	Yulaf proteinleri
Düşük sodyumlu	Biberiye	Kambucha	Limonotu	Tortilla cipsleri
Glutensiz	Paprika	İnfüze içecekler	Hibiskus	Mısır cipsleri
Şekersiz	Chili biber	Meyve kokteylleri	Ginseng	Popcorn
Bitkisel	Zencefil	Süt alternatifleri	Amaro	Dondurulmuş tatlılar

Panama Pazarında Rekabet

Panama'daki işlenmiş gıda endüstrisi, hammadde temininde fiyat duyarlıdır ve üreticiler rekabetçi kalmak için fiyatları düşük tutmaya çalışırlar. Rimith, Procesadora Monte Azul ve Bimbo de Panama gibi şirketler, ihracatçılarımız için yerel rekabetçilerdir, ancak bu kuruluşların üretim faaliyetlerine yönelik ihtiyaçları için hammadde ve diğer bileşenlerin ithalatı da fırsatlar sunmaktadır. Büyük çok uluslu şirketler, dondurulmuş gıdalar, çorbalar, özel konserve ve koruyucu ürünler ve uluslararası damak tadına uygun bilinen baharatlar ve aromalar gibi belirli ürün kategorilerinde küçük yerel üreticilere göre rekabet avantajına sahiptirler. Bu nedenle, bu rekabetçi gıda endüstrisinin taleplerini karşılayabilen şirketler, tüketici taleplerini karşılamakla kalmayıp düşük rekabetçi fiyatları sürdürmek için teknoloji ve yenilik yatırımı yapma kapasitesine sahip olmalıdırlar.

Panama'nın gıda endüstrisindeki başlıca ticaret ortağı ABD'dir. ABD ve başlıca diğer ülkelerin 2023 yılı itibariyle bu alandaki payları ve satış ciroları aşağıdadır; Örneğin çeşitli hammaddeler kategorisinde, ABD'den Panama'ya yapılan ihracat bu ürünlere ait toplam ithalatının %35'ini oluşturur. Genel olarak, bu ithalatın %75'i aşağıdaki ülkelerden gelmektedir:

– ABD (72 milyon USD, toplam ithalatın %35'i)
– Kosta Rika (65 milyon USD, toplam ithalatın %32'si)
– Meksika (16 milyon USD, toplam ithalatın %8'i)

Panama'ya diğer tarım ürünleri ihracatı yapan ülkeler arasında sıkı rekabet koşulları bulunmaktadır. ABD'nin yanı sıra Panama, Kanada, Avrupa Birliği, Meksika, Kolombiya, Peru, Guatemala, Kosta Rika, Şili, El Salvador, Honduras, Nikaragua, Dominik Cumhuriyeti, Singapur, İsrail, İzlanda, Lihtenştayn, Norveç ve İsviçre ile serbest ticaret anlaşmalarına sahiptir. Ülkemiz için Panama pazarındaki başlıca rakipler;

– ABD (tarımsal ürünler, işlemiş gıda ve içecekler)
– Orta Amerika ülkeleri ve Çin (atıştırmalık ve işlenmiş gıda ürünleri)
– Şili, Meksika ve Peru (meyve ve sebze)
– Arjantin, Kanada, Brezilya ve Guyana (tahıl ve yağlı tohumlar)
– Kanada (Et ürünleri)
– Kosta Rika, Arjantin, Yeni Zelanda ve Avustralya (süt ürünleri)

Çizelge . Panama pazarında yüksek talep gören bazı tarımsal ürünler ve başlıca tedarikçi ülkeler

Ürün Grubu	Başlıca Tedarikçiler	Tedarikçilerin Güçlü Yönleri	Yerel Tedarikçilerin Avantaj ve/veya Dezavantajları
Mısır	ABD, Arjantin	Rekabetçi fiyatlar	Yetersiz yerel üretim
Pirinç	ABD, Brezilya	Rekabetçi fiyatlar	Yetersiz yerel üretim
Patates	ABD, Kanada	Rekabetçi fiyatlar	Yetersiz yerel üretim
Soğanlar	İspanya, ABD, Peru	Rekabetçi fiyatlar	Düşük sezonsal yerel üretim
Taze Meyveler	Şili, ABD	Hasat sezonu avantajları, rekabetçi fiyatlar	Yerel üretim yok
Atıştırmalık Gıdalar	Kosta Rika, ABD; Kolombiya, Guatemala, Meksika, Çin	Rekabetçi fiyatlar	Düşük yerel üretim

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar -milyar $)	63,61	71,97	77,26	82,15	87,14	92,44	98,06	104,02
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	15,3	10	5	4	4	4	4	4
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	14 664	16 373	17 350	18 216	19 086	20 004	20 966	21 974
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	1,6	2,9	2,2	2,2	2	2	2	2
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-3,2	-4,1	-4,3	-4	-3,6	-3,2	-3	-2,6
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	11,3	8,8	8	8	8	8	8	8
Nüfus (milyon)	4,34	4,4	4,45	4,51	4,57	4,62	4,68	4,73
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı(%)	58,4	54,9	54,3	53,6	52,7	51,9	51	50,3

*Tahmini veriler Kaynak: IMF

Tarihi olarak Latin Amerika'nın en istikrarlı ekonomilerinden biri olan Panama ekonomisi ağırlıklı olarak hizmet sektörüne dayanmaktadır. Hizmet sektörünün GSMH'daki payı yaklaşık %77'dir.

Hizmet sektörü, Panama Kanalı'nın işletilmesi, Colon Serbest Bölgesi ve Panama şehrinde bulunan uluslararası bankacılık merkezi odaklıdır. Ülkede ağır sanayi bulunmamaktadır. Ana ihraç malları kahve, meyve ve deniz ürünleridir. Son yıllarda Panama ekonomisi dünyanın en hızlı büyüyen ekonomileri arasında yer almıştır.

Dünya ticaretinin %5'inin ve mineral sektörü ticaretinin %18'inin üzerinden gerçekleştiği Panama Kanalının, uluslararası bankacılık sektörüne, konteyner limanlarına, haberleşme sektörüne, gayrimenkul, turizm ve serbest bölgelerine katkısı oldukça büyüktür.

Ulaşım ve nakliye altyapısındaki yatırımlar ile Panama'nın bölgesel nakliye üssü haline getirilmesi planlanmaktadır.

Ekonominin Panama Kanalı genişlemesi planları ile paralel olarak özellikle ulaşım ve haberleşme sektörlerindeki büyüme ile canlanacağı öngörülürken hükümetin turizme yönelik harcamalarındaki azalma ile turizm sektöründeki büyümenin azalması beklenmektedir. Panama-ABD Serbest Ticaret Anlaşması ile ABD'nin artan rekabet gücü ve alt yapı yetersizlikleri tarım sektörünün önemli bir gelişme kaydedemeyeceği yönündeki beklentileri doğrulamaktadır.

Latin Amerika'nın en açık ekonomisi olan Panama, bağımsızlığından beri serbest piyasa ekonomisini benimsemektedir.

Panama ekonomisi ağırlıklı olarak hizmetler sektörü tarafından Panama'da hizmetlerin gelişimine Panama Kanalı, Kolon Serbest Bölgesi, konteyner limanları, bankacılık ve sigorta sektörlerinin katkısı bulunmaktadır. Panama ekonomisinde modern sağlık tesisleri ve İngilizce konuşan nüfusu ile sağlık turizmin önemi oldukça büyüktür.

Son on yıllık dönemde, Panama'nın sanayi sektörünün gelişimi oldukça yavaş gerçekleşmiştir. Bunun en büyük nedeni olarak iç talebin kısıtlı olması gösterilmektedir. Ancak, son yıllarda inşaat ve madencilik sektörlerinde gerçekleşen devlet ve özel yatırımları ile sanayi sektörünün gelişimi ivme kazanmıştır. Sanayi sektörü gelişiminde Panama Kanalı Genişletme Projesinin etkisi de oldukça büyüktür. Panama'daki önemli sanayi faaliyetleri tekstil, kimyasallar, yapıştırıcılar ve bira imalatıdır. Sektör, ülke istihdamın %18'ini sağlamaktadır.

Tarım sektöründe Panama, dışa bağımlı bir ülke olup sektördeki en büyük tedarikçisi ABD'dir. Özellikle Panama Kanalı'nın ticari faaliyetleri sürdürmesi ile tarım önemini yitirmiştir. Ülkedeki istihdamın %17'sine katkıda bulunan tarım sektöründe önde gelen ihracat ürünleri muz, karides, kahve ve şekerdir.

Panama-Pasifik Özel Ekonomik Alanı (PPSEA) ile kamu ve özel sektörün yatırımları ile Howard Hava Üssü dünyanın en önemli iş merkezlerinden birine dönüştürülmüştür. Söz konusu iş merkezi ihracat üzerine yoğunlaşmaktadır.

Bölge ülkelere kıyasla güvenli ve politik olarak riskli bir yapıya sahip olmaması, en gelişmiş şehir Panama City'de dahil tropikal bir çevreye sahip olması, sağlık, ulaşım ve iletişim gibi hizmetlerdeki gelişmiş altyapısı ve coğrafi olarak merkezi bir konumda bulunması ülkenin turizmini canlandırmıştır ve buna bağlı olarak otelcilik ve restoran hizmetleri % 10,4 artış ile en hızlı büyüyen 3. sektör olmuştur. Hızlı bir şekilde genişleyen gayrimenkul sektörü özellikle iş sektöründen artan talep ile %5,1'lik büyüme yakalamıştır. Artan ticari, mortgage ve tüketici kredi talepleri ile finans hizmetleri %5,5 genişletirken, yaklaşık %7 büyüme yakalayan inşaat sektörünün gelişimindeki en önemli faktörlerden birisi Panama Kanalı'nın genişletilmesi, Panama Şehri'nde metro hatları kurulması, sağlık ve yol hizmetlerinin iyileştirilmesi gibi projelerle ile yoğun kamu sermaye yatırımlarıdır. Diğer önemli bir faktör ise hidro-elektrik santrallerinin kurulması ve limanların hacimlerinin artırılmasına yönelik özel yatırımların artış eğiliminde olmasıdır. Son yıllarda yavaş bir büyüme trendinde olan konut inşaatı ise genişlemiştir. Kamu harcamalarının önümüzdeki dönemde ekonomiyi destekleyeceği öngörülmektedir.

ABD Dolarının para birimi olarak kullanılması ülkedeki para ve mali piyasalarda istikrar konusunda önemli bir çıpadır. Panama Merkez Bankası, 1904 yılında varılan bir anlaşma uyarınca ABD'den Dolar temin etmektedir. Bu durum enflasyonun kontrol altında tutulmasını sağlamaktadır. Ülkedeki en önemli risk cari işlemler açığının GSYİH'nın %10'una kadar çıkmış olmasıdır. Ancak, özellikle Kanal gelirleri, yabancı yatırımlar ile Colon bölgesinin döviz işlemleri cari açığın finanse edilmesini sağlamaktadır. Panama Kanalının yanı sıra, Hong Kong'tan sonra dünyanın en büyük serbest bölgesi olan Colon Serbest Bölgesi de ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Colon, Brezilya ve Meksika dışındaki tüm Güney Amerika ve özellikle Orta Amerika ve Karayipler için bir ticaret ve lojistik merkezi konumundadır. Tüm bölgeye buradan hizmet verilmektedir. Panama'dan her yıl 100'den fazla ülke bayraklı 12.900 gemi geçiş yapmaktadır. Ülkeye kayıtlı 8.000 gemi ile Panama aynı zamanda dünyanın en geniş ticari gemi filosuna sahiptir. Panama'nın Tocumen Havalimanına 58 uluslararası şirket uçuş düzenlemektedir. Ayrıca, ülkede 27'si yabancı olmak üzere, 90'ın üstünde banka faaldir ve 15 bankanın da Colon bölgesinde şubesi vardır.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Panama'da özel ekonomik bölge olarak adlandırılan Colon ve Pacifico bölgelerinin yanı sıra, 18 adet kayıtlı serbest bölge bulunmakla birlikte, iş hacmi açısından en önemlileri Colon ve Pacifico bölgeleridir.

Panama Kanalı ve Colon serbest bölgesi Panama'nın bir ticaret üssü haline gelmesini sağlamıştır. GSYİH'nın küçük olmasına rağmen, ülke önemli bir transit ticaret merkezidir. Bu durum uluslararası bankacılık ve finans hizmetleri ile de desteklenmektedir.

Panama tek başına Pazar olarak küçüktür. Ancak, Colon bölgesi üzerinden tüm Orta Amerika ve Karayipler'e erişim imkânı vardır. Colon, tüketimin arttığı ülkelerin oluşturduğu geniş bir pazar ağına erişim imkânı sağlamaktadır. Ancak, ABD'nin ülke ekonomisinde ağırlığı olduğu da unutulmamalıdır.

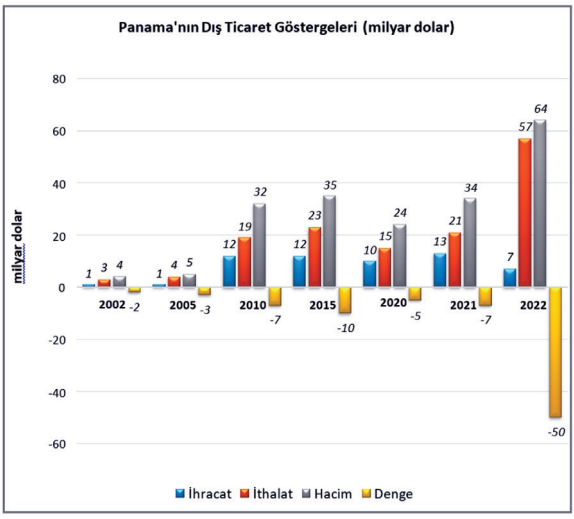
1948 yılında kurulmuş olan ve Panama Devletinin kontrolünde olan Colon Serbest Bölgesi, Hong Kong'un ardından dünyanın en büyük ikinci serbest bölgesidir. Devlet kontrolü altında olmak birlikte, bağımsız olan ve tüm işletme konularından sorumlu olan Colon Serbest Bölge İdaresi kiralama, satın alma, inşaat vb. gibi tüm faaliyetleri yürütmektedir ve Panama Devlet Başkanı ve Panama Bütçe Denetleme Kurumuna karşı sorumludur. 1,064 hektar alan üzerine kurulu olan bölgede "Manzanillo International Terminal, Colon Container Terminal, Cristobal- Panama Ports Company ve Colon Port Terminal" olarak dört konteyner limanı ve bir yolcu gemisi limanı vardır. Limanların işletmecileri özeldir. Panama'nın dış ticareti incelendiğinde, Panama'nın ticareti ile Colon bölgesi üzerinden yapılan ticareti ayırmak gereklidir. Colon bölgesi, Panama'nın ticaretinin yaklaşık %70'ine aracılık etmektedir. Kolon Serbest Bölgesi Orta Amerika'daki en önemli ticaret üssü durumundadır. Gümrük vergilerinden, kotalardan muaf olarak ve en alt düzeyde vergi/harç ödenerek işlem yapılmakta ve doğal olarak bu ürünler yeniden ihraç edilmektedir. Bölgeye giriş-çıkış için sadece bir belge düzenlenmektedir. Bölgede ABD Doları kullanılmaktadır.

Panama Kanalı'nın Atlantik kıyısında olan bu bölgede 3,000'e yakın firma faaliyet göstermektedir

Trade Map verilerine göre Panama'nın 2022 yılında dış ticaret hacminin 64 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. Panama yıllar itibariyle dış ticaret açığı veren bir ülkedir.

İthalat ve ihracat büyüklüğü açısından Latin Amerika'da önde gelen ülkelerden olan Panama, bölgenin liberal ticaret ve yatırım rejimine sahip ülkelerinden birisidir. Panama'nın kanunlarına göre yabancılar ve yerli halk arasında ticaret ve yatırım açısından hiçbir farklılık bulunmamaktadır. Bu durum, Panama'nın dış ticaret açısından yükselen bir ülke olmasına katkı sağlamıştır. Ayrıca, Kuzey ve Güney Amerika'yı birbirine bağlayan Panama'nın nakliye, finans ve sigortacılık hizmetlerindeki gelişmişliği ticarette tercih edilen bir ülke olması yönünde katkı sağlamaktadır. 2022 yılında ülkenin mal ihracatında bakır cevherleri 2,8 milyar USD ile ilk sırada yer alırken ikinci sırada 742 milyon USD yolcu gemileri ihracatı gelmektedir.

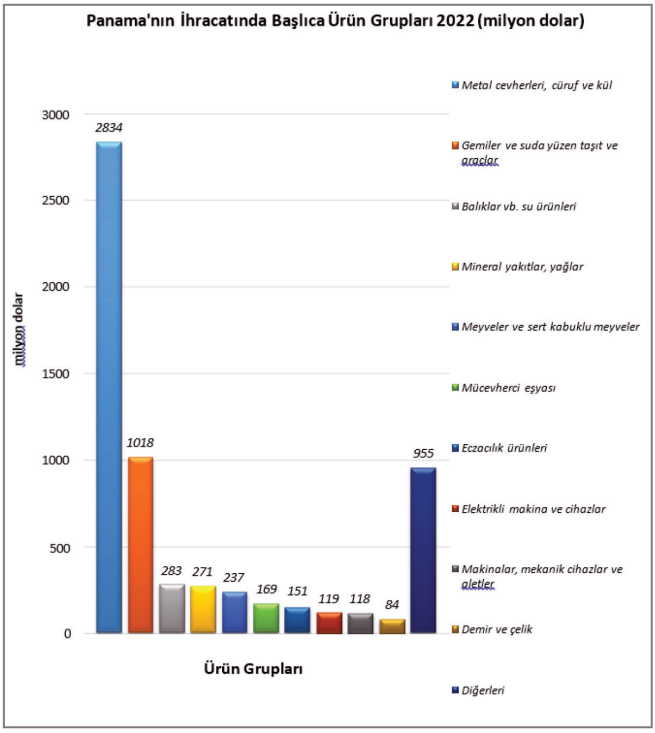
Panama'nın ithalatının yaklaşık %25'i sermaye mallarından, yaklaşık %16'sı petrol ürünlerinden ve yaklaşık %14'ü gıda ürünlerinden oluşmaktadır.



Kaynak: Trademap

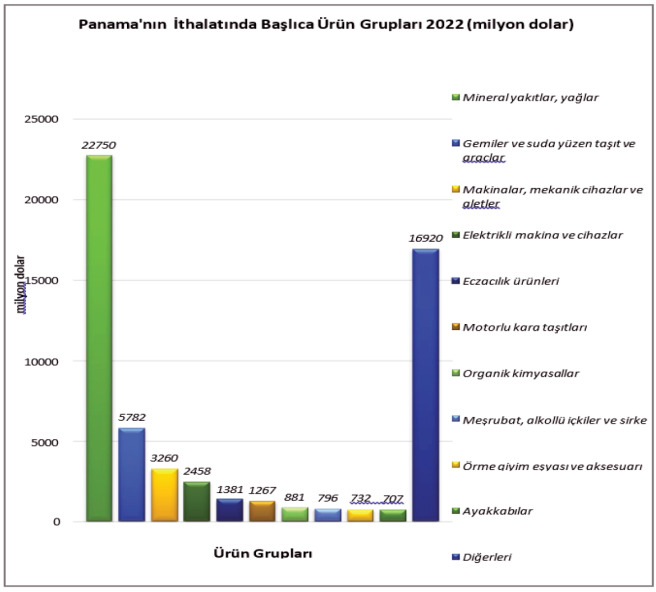
BAŞLICA ÜRÜNLER İTİBARI İLE DIŞ TİCARET

İhracat



Kaynak: Trademap

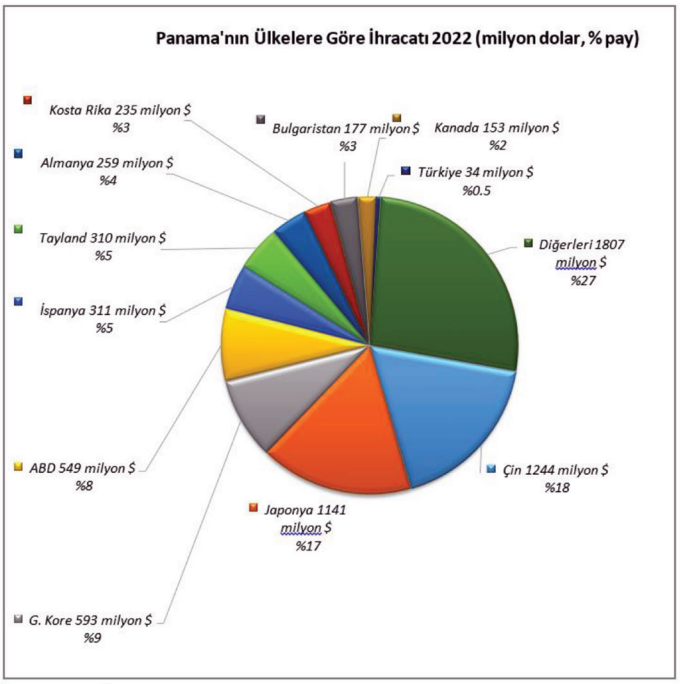
İthalat



Kaynak: Trademap

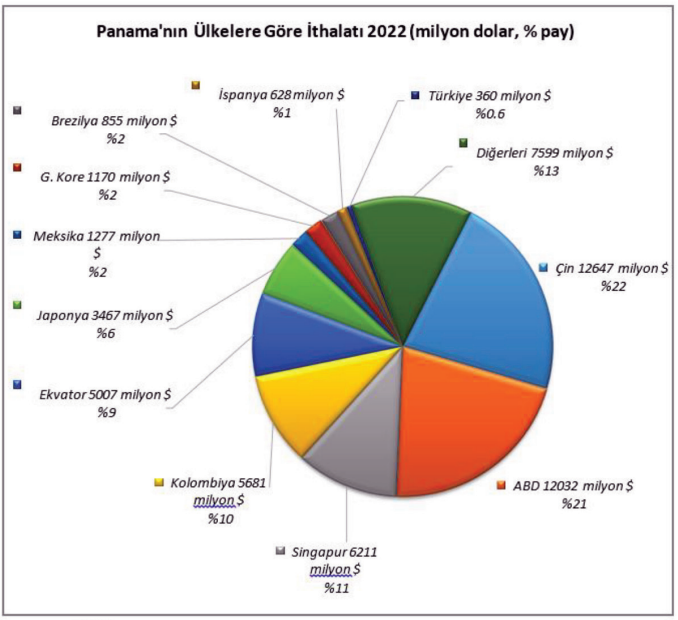
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Panama, Orta Amerika'da en fazla yabancı yatırım çeken ülkedir. Uluslararası kabul görmüş çevre ve istihdam standartlarını sağlayan firmalara çok çeşitli mali destekler ve basitleştirilmiş mevzuat sağlanırken fiber optik kablo ağı, ulaşım, sağlık ve yerleşim alt yapı imkânları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, uluslararası Finans Kurumu (IFC) aracılığı ile Panama'da ilk yatırımların birçoğu karşılanmakta olup Panama-Pasifik Özel Ekonomik alanı kapsamında bilgisayar teknolojisi, cep telefonu imalat sanayi, uluslararası çağrı merkezleri, havacılık sektörü gibi birçok sektör desteklenmektedir.

Panama'da sermaye akışına yönelik resmi kısıtlamalar bulunmamaktadır. Ayrıca, yerli veya yabancı sermaye arasında da herhangi bir ayrım bulunmamaktadır. Ancak, yüksek emek maliyeti ve esnek olmayan iş kanunları yatırımcılar için problem olabilmektedir. Panama'da ABD'li şirketler yüksek yatırım yapmaktadır. En çok yatırım yaptıkları sektörler ulaşım ve nakliye, finansal hizmetler ve imalat sektörleridir. Yatırım İstikrarı Kanunu (22 Temmuz 1998) ile tüm yabancı ve yerli yatırımcıların eşit haklara sahip olması garanti altına alınmış olup yabancı yatırımlar için özel bir izin bulunmamaktadır. 10 yıllık dönem için yatırımcılar arasında hiçbir fark gözetmeksizin yatırımcılar için uygulanan tüm kuralların yatırım yapılan zaman ile aynı kalacağı garanti edilmiştir. Orta Amerika doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının %40'ı Panama'ya gerçekleşmektedir. Yatırımların yaklaşık 1/3'i Kuzey Amerika ve Kolombiya menşelidir. İsviçre başta olmak üzere, Avrupa ülkeleri yatırımların 1/5'ini, Kore başta gelmek üzere, Asya ülkeleri de %11'ini sağlamaktadır.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) 2020 yılı Dünya Yatırım Raporu'na göre 2021 yılı itibarıyla Panama'ya Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) girişi önceki yıla kıyasla %203 artışla 1,8 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. DYY stoku ise aynı yıl 59,8 milyar USD düzeyindedir.

- 2021 yılı insani gelişmişlik endeksine göre dünyada 191 ülke arasında Panama 61. sıradadır. (İsviçre 1, Türkiye 48.) (UN-2023)
- 2022 yılı ekonomik serbestlik endeksine göre Panama, dünyada 176 ülke arasında 55. sıradadır. (Singapur 1. Türkiye 104.) (The Heritage Foundation-2023)
- Küresel rekabetçilik açısından 2019 yılı verilerine göre dünyadaki 141 ülke arasında Panama 66. sıradadır. (Singapur 1. Türkiye 61.) (World Economic Forum-2023)
- 2020 verilerine göre iş yapma kolaylığı açısından Panama, dünyada 190 ülke arasında 86. sıradadır. (Yeni Zelanda 1. Türkiye 34.) (Dünya Bankası-2023)

5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

Türkiye ile Panama arasındaki ticari ilişkilerde ülkemizin geleneksel olarak dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

Elektrikli makinalardan ilaçlara kadar geniş bir ihracat yelpazesi vardır. Ancak, Panama'nın ithalatında önemli bir yer tuttuğumuzu söylemek güçtür. Panama'nın gümrük vergileri yüksek değildir. Ayrıca, Colon Serbest Bölgesine de gümrük vergisi olmadan ihracat yapılabilmektedir. Bölgenin Orta Amerika ve Karayipler'deki dağıtım rolü dikkate alındığında, ticaret üssü olarak yararlanılması imkânı vardır.

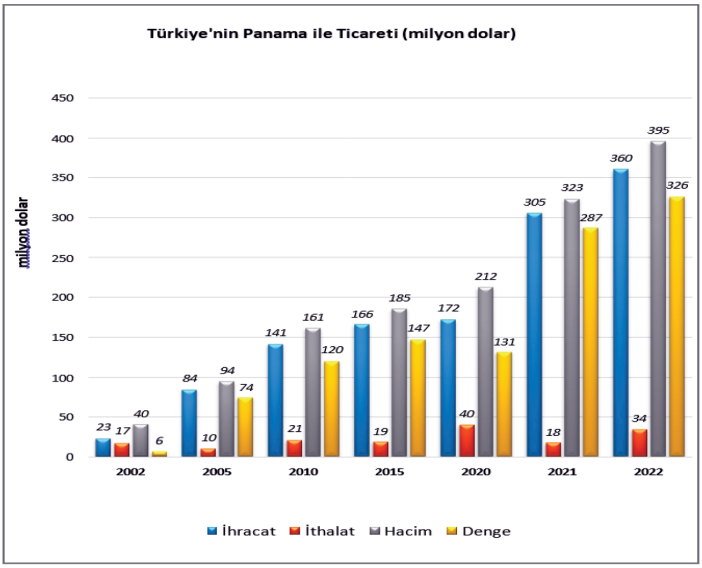
Panama verileri ile Türkiye verileri arasındaki fark bulunmakta bu farkın Panama'nın resmi istatistiklerine yansımadığı, ancak Colon bölgesine sevk edildiği tahmin edilmektedir.

2020 yılında Panama ile olan dış ticaret hacmimiz pandemi nedeniyle %24 azalarak 212 milyon USD'ye gerilemiştir. 2021 yılında 323; 2022 yılında da 395 milyon USD'ye yükselmiştir.

Panama'ya ihracatımızda ön plana çıkan sektörler arasında petrol yağları, gemi inşa sanayi ürünleri, mücevherci eşyası, demir çelik ile hazır giyim bulunmaktadır. İkili ticarette gemi sanayinin yüksek paya sahip olmasının başta gelen sebebi, Türk deniz ticaret filosunun önemli bir bölümünün Panamada kayıtlı olmasıdır.

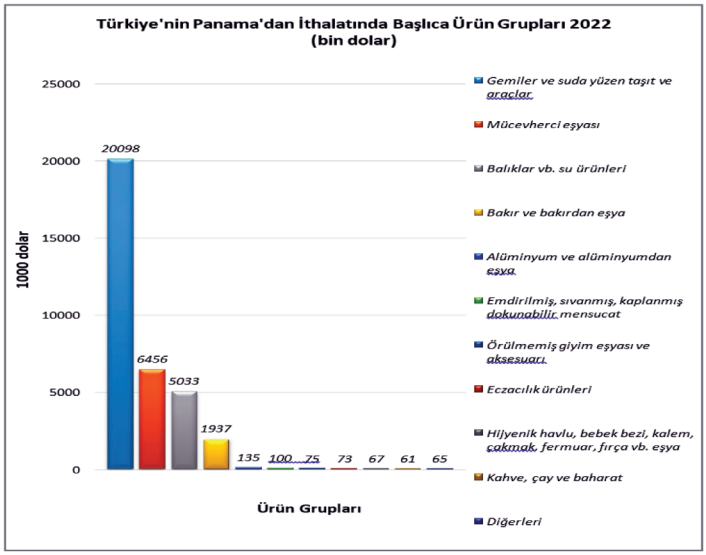
Panama'dan ithalatımızda başlıca ürünler ham altın, gemi inşa sanayi ürünleri, deriler, dondurulmuş balık ürünleri ve meyvelerdir. Sökülecek gemilerle, suda yüzen sökülecek diğer araçlar kategorisinde Panama en büyük 1. tedarikçimiz konumundadır. Yatlar ve diğer eğlence ve spor teknelerinde Panama en büyük 6. tedarikçimizdir. Panama, dondurulmuş balıkta ve hurma, incir, avokado, muz ürün grubunda da önemli tedarikçilerimiz arasındadır.

Türkiye-Panama Dış Ticareti



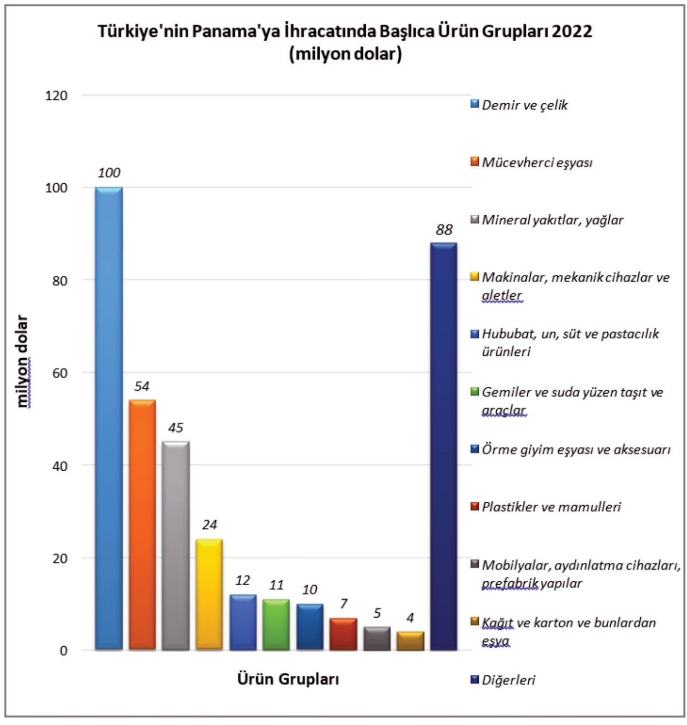
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Panama'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Panama'ya İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Panama'nın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022*	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**9 656 808**	**13 373 218**	**6 813 254**	**100**	**-49,1**
1.	2603	Bakır cevherleri ve konsantreleri	1 065 593	2 813 493	2 833 670	41,6	0,7
2.	8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar ve insan veya yük taşımaya mahsus benzeri gemiler	0	0	741 868	10,9	100
3.	803	Muz (plantain dahil) (taze veya kurutulmuş)	151 716	147 446	204 073	3	38,4
4.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri, yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer-dalabilen sondaj ve üretim platformları	0	2	201 319	3	10065850
5.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	4 599	8 631	169 985	2,5	1869,5
6.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1 566 194	1 693 238	133 762	2	-92,1
7.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	58 449	94 936	107 461	1,6	13,2
8.	303	Balıklar (dondurulmuş)	10 571	7 144	104 670	1,5	1365,1
9.	302	Balıklar (taze veya soğutulmuş)	40 011	42 970	91 951	1,3	114
10.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	266	375	83 863	1,2	22263,5
11.	7204	Dökme demirin, demirin veya çeliğin döküntü ve hurdaları veya bunların eritilmesi ile elde dilmiş külçeler	23 041	51 924	79 058	1,2	52,3
12.	306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş,kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	17 815	33 820	67 228	1	98,8
13.	8908	Sökülecek gemiler, suda yüzen sökülecek diğer araçlar	0	0	55 250	0,8	100
14.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80,tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	237 442	324 281	54 340	0,8	-83,2
15.	7404	Bakır döküntü ve hurdaları	7 217	15 819	42 047	0,6	165,8

Kaynak: Trademap* tahmini

EK-2 : Panama'nın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022*	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**14 739 520**	**20 595 840**	**56 934 538**	**100**	**176,4**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli inerallerden elde edilen yağlar	779 776	1 713 411	11 714 259	20,6	583,7
2.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	0	0	9 989 290	17,5	100
3.	8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar ve insan veya yük taşımaya mahsus benzeri gemiler	967	872	5 323 062	9,3	610342,9
4.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1 586 411	1 739 018	1 009 042	1,8	-42
5.	2707	Yüksek sıcaklıkta taşkömürü katranının damıtılmasından elde yağlar ve diğer ürünler	21	21	688 071	1,2	3276428,6
6.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	656 395	688 055	605 566	1,1	-12
7.	8703	Otomobiller	371 632	597 326	597 964	1,1	0,1
8.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80,tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	185 486	260 507	519 235	0,9	99,3
9.	8487	Diğer makinaların aksam ve parçaları (elektrik konnektörleri,izolatörler, bobinler, kontaklar vb aksam-parçalar hariç)	9 579	10 125	416 530	0,7	4013,9
10.	8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri, yüzer vinçler vb; yüzer havuzlar; yüzer-dalabilen sondaj ve üretim platformları	103	104	368 300	0,6	354034,6
11.	6402	Dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden olan diğer ayakkabılar	336 310	477 588	364 356	0,6	-23,7
12.	2935	Sülfonamidler	46 599	120 772	337 803	0,6	179,7
13.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	50 548	47 075	311 289	0,5	561,3
14.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optic okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	443 306	405 310	304 622	0,5	-24,8
15.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	78 969	124 462	299 278	0,5	140,5

Kaynak: Trademap* tahmini

EK-3 : Panama'nın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**9 656 808**	**13 373 218**	**6 813 254**	**100**	**-49,1**
1.	Çin	469 415	1 167 182	1 244 390	18,3	6,6
2.	Japonya	486 310	909 856	1 140 743	16,7	25,4
3.	G. Kore	271 490	457 889	593 492	8,7	29,6
4.	ABD	726 745	782 963	549 169	8,1	-29,9
5.	İspanya	253 946	399 557	310 646	4,6	-22,3
6.	Tayland	42 580	219 242	309 645	4,5	41,2
7.	Almanya	124 622	298 781	259 425	3,8	-13,2
8.	Kosta Rika	195 200	221 105	235 053	3,4	6,3
9.	Bulgaristan	66 240	101 027	176 793	2,6	75
10.	Kanada	11 455	15 393	152 617	2,2	891,5
11.	Danimarka	71 774	21 303	147 491	2,2	592,3
12.	Guatemala	619 211	701 555	144 879	2,1	-79,3
13.	Hollanda	325 453	185 020	111 816	1,6	-39,6
14.	İtalya	33 797	44 564	111 055	1,6	149,2
15.	Dominik Cum.	72 023	84 545	91 026	1,3	7,7
…	…	…	…	…	…	…
30.	**Türkiye**	**40 217**	**18 348**	**34 177**	**0,5**	**86,3**

Kaynak: Trademap-Panama Verileri

EK-4 : Panama'nın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**14 739 520**	**20 595 840**	**56 934 538**	**100**	**176,4**
1.	Çin	8 793 631	10 179 466	12 646 743	22,2	24,2
2.	ABD	5 659 952	8 133 223	12 032 280	21,1	47,9
3.	Singapur	3 616 268	4 304 912	6 210 888	10,9	44,3
4.	Kolombiya	1 510 555	2 468 201	5 681 218	10	130,2
5.	Ekvator	2 431 353	3 969 542	5 006 997	8,8	26,1
6.	Japonya	4 601 325	4 810 184	3 467 409	6,1	-27,9
7.	Meksika	1 160 944	1 328 186	1 276 698	2,2	-3,9
8.	G. Kore	1 370 796	1 570 146	1 170 475	2,1	-25,5
9.	Brezilya	428 305	650 553	854 897	1,5	31,4
10.	İspanya	239 667	357 837	627 703	1,1	75,4
11.	Peru	197 636	553 334	603 571	1,1	9,1
12.	Kosta Rika	485 342	582 802	588 408	1	1
13.	İngiltere	130 554	206 213	501 494	0,9	143,2
14.	Belçika	226 513	171 756	500 446	0,9	191,4
15.	Almanya	405 074	441 049	473 345	0,8	7,3
…	…	…	…	…	…	…
21.	**Türkiye**	**171 515**	**304 869**	**360 383**	**0,6**	**18,2**

Kaynak: Trademap-Panama Verileri

EK-5 : Türkiye'nin Panama'ya İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**171 515**	**304 869**	**360 383**	**100**	**18,2**
1.	7214	İnşaat demiri	20 650	63 590	88 418	24,5	39
2.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	10 180	40 183	54 132	15	34,7
3.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	29 488	45 186	44 757	12,4	-0,9
4.	8421	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar	1 497	6 534	11 951	3,3	82,9
5.	8904	Römorkörler ve itici gemiler	10 215	5 929	10 583	2,9	78,5
6.	1902	Makarnalar ve kuskus	9 204	981	10 041	2,8	923,5
7.	6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme)	1 371	2 208	5 437	1,5	146,2
8.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	2 758	6 914	5 377	1,5	-22,2
9.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	681	2 055	3 912	1,1	90,4
10.	2523	Çimento	3 176	5 669	3 017	0,8	-46,8
11.	8419	Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar, elektrikli olmayan şofbenler veya depolu su ısıtıcıları	34	15	2 972	0,8	19713,3
12.	4803	Tuvalet ve yüz temizliği için ince kağıt, havlu veya kağıt peçete vb. Kağıtlar	12	400	2 969	0,8	642,2
13.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	743	2 448	2 900	0,8	18,5
14.	3924	Plastikten sofra, mutfak, ev, sağlık veya tuvalet eşyası	1 994	4 873	2 580	0,7	-47,1
15.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç),mozik için küp şeklinde taşlar, granüller	2 022	3 325	2 222	0,6	-33,2

Kaynak: Trademap-Türkiye verileri

EK-6 : Türkiye'nin Panama'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**40 217**	**18 348**	**34 177**	**100**	**86,3**
1.	8908	Sökülecek gemiler, suda yüzen sökülecek diğer araçlar	3 934	8 118	19 488	57	140,1
2.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	745	2 723	5 414	15,8	98,8
3.	303	Balıklar (dondurulmuş)	1 933	1 148	5 033	14,7	338,4
4.	7404	Bakır döküntü ve hurdaları	0	0	1 937	5,7	0
5.	7106	Gümüş (altın veya platin yaldızlı gümüş dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	0	0	842	2,5	0
6.	8903	Yatlar ve diğer eğlence ve spor tekneleri; kürekli kayıklar ve kanolar	1 056	0	610	1,8	0
7.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	1 195	862	200	0,6	-76,8
8.	7602	Aluminyum döküntü ve hurdaları	0	325	135	0,4	-58,5
9.	5911	Dokumaya elverişli maddelerden teknik işlerde kullanılmaya mahsus ürünler ve eşya	108	80	100	0,3	25
10.	6210	Plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası	0	0	75	0,2	0
11.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	0	0	73	0,2	0
12.	901	Kahve, kahve kabuk ve kapçıkları, içinde herhangi bir oranda kahve bulunup kahve yerine kullanılan ürünler	5	29	61	0,2	110,3
13.	9603	Süpürgeler, fırçalar, paspaslar, fırça başları, boya pedleri ve ruloları, silecekler vb.	0	0	46	0,1	0
14.	9606	Düğmeler, çıtçıtlar, düğme formları ve bunların diğer aksamı; düğme taslakları	0	11	21	0,1	90,9
15.	3307	Traş müstahzarları, vücut deodorantları, banyo müstahzarları, tüy dökücüler, vb.	10	0	18	0,1	0

Kaynak: Trademap-Türkiye verileri

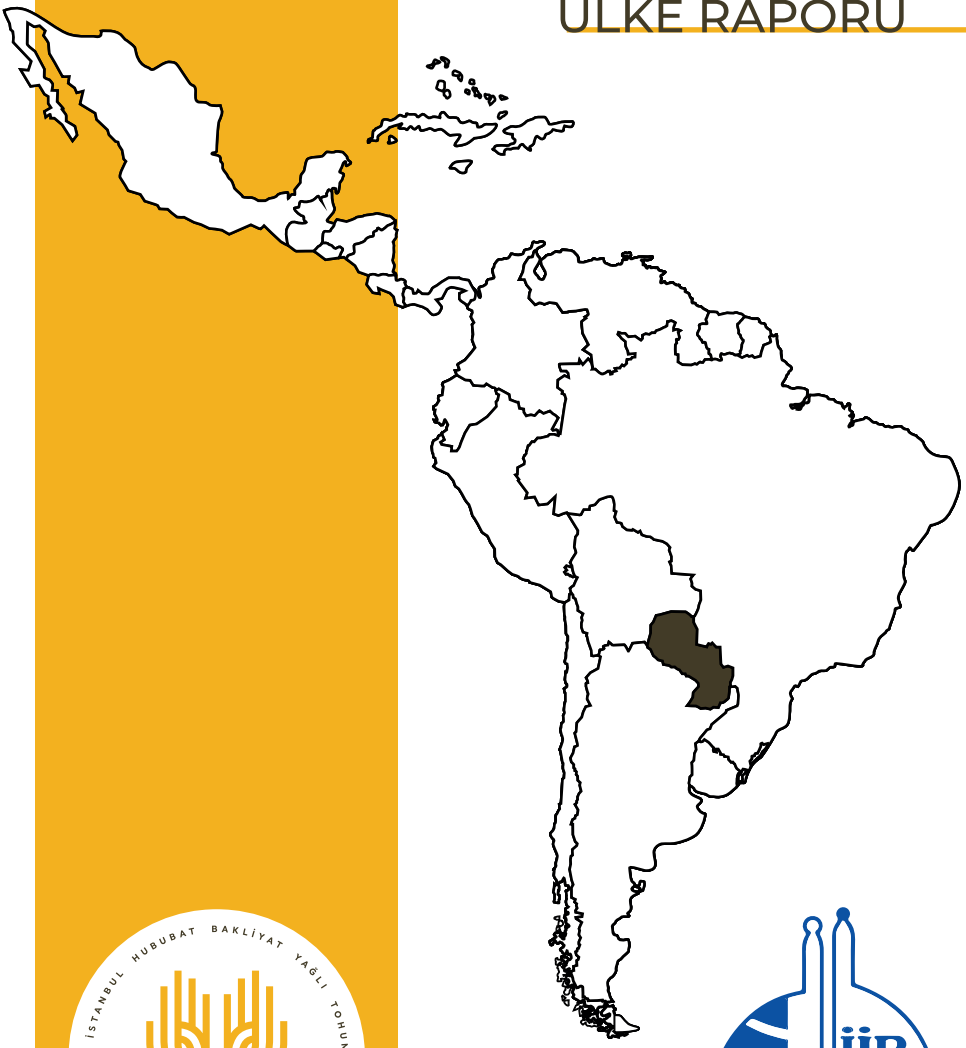
HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN PANAMA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	872	
BAHARATLAR VANİLYA	62	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	539.370	125.913
BİTKİSEL YAĞLAR DİĞER BİTKİSEL YAĞLAR VE SIVI YAĞLAR İLE BUNLARIN FRAKSİYONLARI	40.182	3.021
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	95.121	
BİTKİSEL YAĞLAR SOYA YAĞI VE FRAKSİYONLARI		45.060
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	1.824.066	423.364
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BULGUR VE İRMİK (DİĞER HUBUBATTAN)		95
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	236.035	46.245
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	80.194	44.669
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	1.684.655	334.567
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI YENİLEN ÇEŞİTLİ GIDA MÜSTAHZARLARI	6.780.865	1.180.744
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	17.450	12.388
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	13.402	9.750
HUBUBAT PİRİNÇ	17.025	16.455
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	1.718.229	350.810
KAKAOLU MAMULLER KAKAO TOZU	317	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	195.026	112.242
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	51.968	10.526
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	3.173	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	676.087	52.168
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR	43.780	36.768
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	3.396.023	849.579
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	234.423	39.600
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	338.437	67.083
Genel Toplam	**17.986.761**	**3.761.047**

PANAMA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	17,497	22,656
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	130,552	183,149
Değirmencilik	111,75	115,341
Diğer Gıda Müstahzarları	623,224	713,971
Hububat	246,076	310,303
Pastacılık Ürünleri	16,997	17,855
Şeker ve Şeker Mamulleri	117,091	147,489
Un ve Unlu Mamuller	182,276	206,338
Genel Toplam	**1.445.463**	**1.717.102**

PANAMA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ABD	612,337	630,335
2	KOSTA RİKA	128,238	163,725
3	MEKSİKA	73,05	99,154
4	BREZİLYA	17,726	96,89
5	GUATEMALA	52,774	68,493
6	KOLOMBİYA	54,023	67,518
7	ARJANTİN	35,701	48,445
8	SERBEST EKONOMİK BÖLGELER	48,806	33,816
9	HONDURAS	22,817	32,06
10	İSPANYA	26,42	31,752
16	**Türkiye**	**4,27**	**5,134**

PARAGUAY

ÜLKE RAPORU



İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

PARAGUAY

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Paraguay Cumhuriyeti
Nüfus	7,56 milyon (2023)*
Dil	İspanyolca, Guarani
Yüzölçümü	406.752 km²
Başkent	Asuncion
Başlıca Şehirleri	Asuncion (513 bin), Ciudad del Este (223 bin), San Lorenzo (203 bin), Lukue (170 bin), Capiata (154 bin), Lambare (120 bin)
Yönetim Şekli	Anayasal Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Mario Abdo Benitez
Para Birimi	Paraguay Guaranisi (PGY)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

ACP, AOSIS, CARICOM, CD, CDB, CELAC, FAO, G-77, IADB, IBRD, ICAO, ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, LAES, MERCOSUR, MIGA, NAM, OAS, OIC, OPANAL, OPCW, PCA, Petrocaribe, UN, UNASUR, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

Denize kıyısı olmayan Paraguay, güneyi ile güneybatısında Arjantin, kuzeyi ile kuzeydoğusunda Brezilya, kuzeybatısında ise, Bolivya ile çevrelenmiştir.

Paraguay adı, Guarani dilindeki "para" (bu yaka) ile "guay" (ırmak) sözcüklerinin birleşiminden gelir. Her ne kadar Guarani'ler "Paraguay" adını, bugünkü başkent Asuncion için kullanmışlarsa da, bölgeyi ele geçiren İspanyollar, bu adı bütün bölgeyi tanımlamak için kullanmışlardır.

Siyasi ve İdari Yapı

Paraguay, Başkanlık sistemi ile yönetilen parlamenter bir demokrasiye sahiptir. Devlet Başkanı, devletin ve hükümetin başıdır. Başkan ve başkan yardımcısı beş yıllık süreyle seçilmektedir. Yasama organı, 45 üyeli Senato ile 80 üyeli Temsilciler Meclisi'nden oluşmaktadır. Senato ve Temsilciler Meclisi üyeleri beş yılda bir yapılan seçimlerle belirlenmektedir.

Ülke idari olarak 17 eyalet ve federal başkent Asuncion olmak üzere 18 birime bölünmüştür. Eyaletler doğrudan seçilmiş eyalet valileri ve eyalet meclislerince yönetilmektedir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	39,95	41,28	42,82	45,28	48,49	51,29	54,33	57,61
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	4	0,2	4,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (CariFiyatlar- $)	5 433	5 539	5 668	5 914	6 250	6 524	6 819	7 137
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	4,8	9,8	5,2	4,1	4	4	4	4
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	0,9	-5,2	-2,5	-3,1	-1,7	-1,6	-1,4	-1,1
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	7,5	7,2	6,4	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1
Nüfus (milyon)	7,35	7,45	7,56	7,66	7,76	7,86	7,97	8,07
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	37,5	40,9	40,4	40,3	39,2	38,5	37,7	36,7

*Tahmin Kaynak: IMF

2023 yılında cari fiyatlara göre, 43 milyar USD olacağı tahmin edilen GSYİH'nin 2024 yılında 45 milyar USD olması beklenmektedir. Paraguay, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 97. büyük ekonomisidir.

2023 yılında sabit fiyatlara göre %4,5 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %3,5 oranında artacağı tahmin edilmektedir.

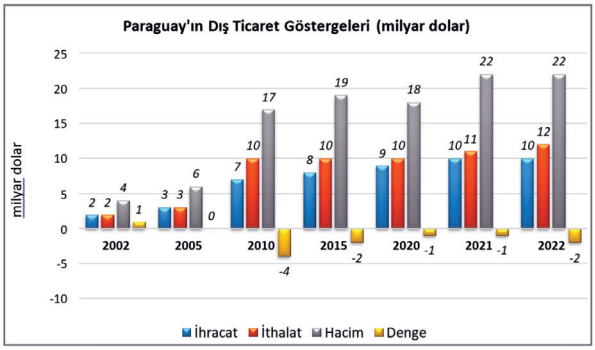
Cari fiyatlara göre Paraguay, 2023 yılında 5 668 USD'lik kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 107. sırada yer almaktadır. 2023 yılında %5,2 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında %4,1 olacağı tahmin edilmektedir.

Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %6 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 48. sırayı alacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Ülkenin Dış Ticareti

Paraguay, 2022 yılında ihracatı %5 azalış ile 10 milyar USD, ithalatı ise %3 artarak 12 milyar USD olmuştur.



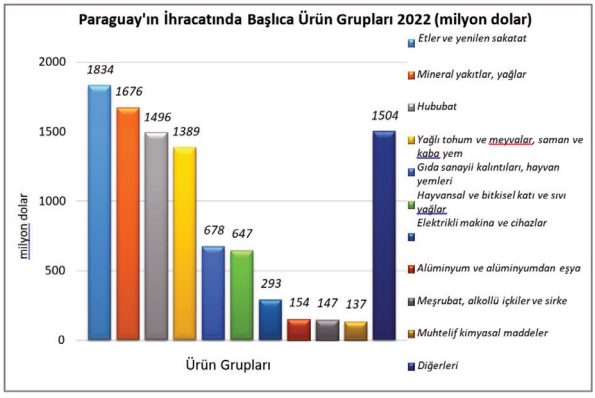
Kaynak: Trademap

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

Denize çıkışı bulunmayan Paraguay için nehir taşımacılığı ülke ekonomisinde büyük önem taşımaktadır. Ülkedeki nehirler üzerinde kurulu baraj ve santraller önemli miktarda elektrik enerjisi sağlamaktadır. Paraguay, Brezilya ve Arjantin'le paylaştığı iki büyük hidroelektrik santral sayesinde temiz ve yenilenebilir enerji ihracatçısı konumuna gelmiştir.

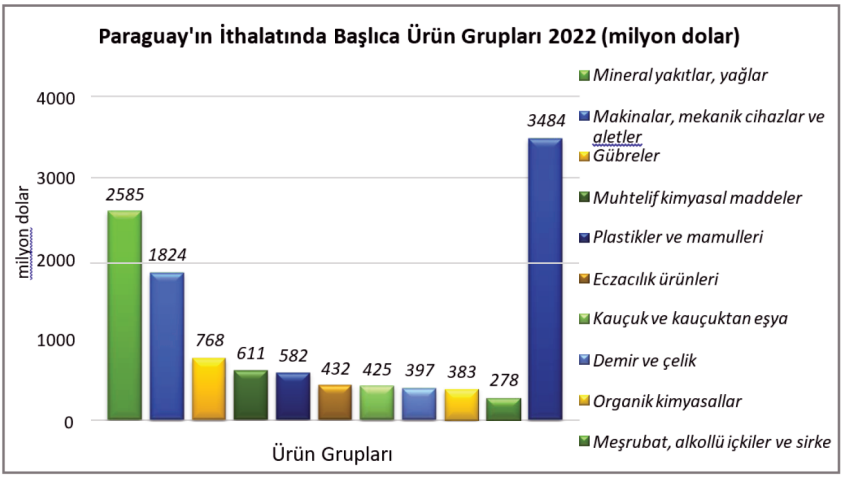
2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; elektrik enerjisi, soya fasulyesi, mısır, sığır eti (taze/soğutulmuş), sığır eti (dondurulmuş), soya küspesi, soya yağı ve fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş), pirinç, izole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar ve diğer yağlı tohumlar ve meyvelerdir.



Kaynak: Trademap

İthalat

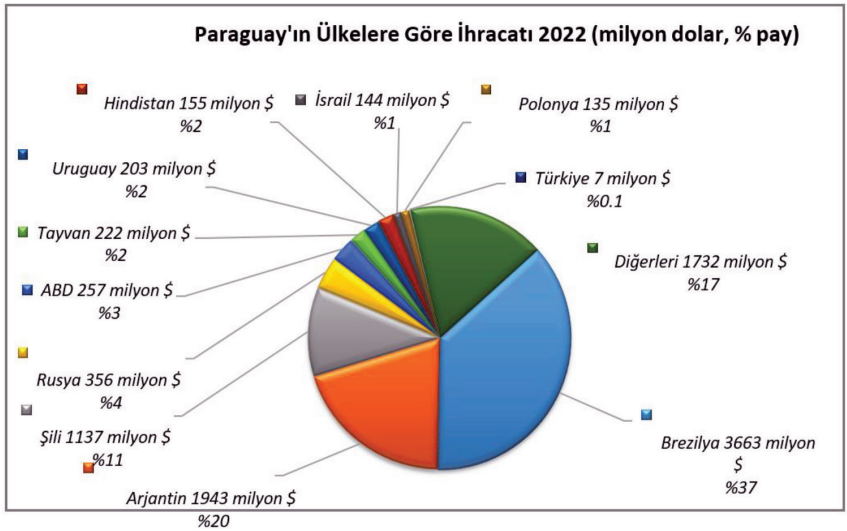
2021 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler, otomatik bilgi işlem makineleri bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen makineler, azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler, kauçuktan yeni dış lastikler, insan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler, tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış), potaslı mineral veya kimyasal gübreler, alüminyum saçlar, levhalar, şeritler (kalınlığı 0,2 mm. yi geçenler) ve biralar (malttan).



Kaynak: Trademap

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat

Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve GSYİH'ya Oranı (Milyon Dolar)

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım(milyon $)	207,00	480,00	528,00	607,20	698,30	803,00	923,50
Ülke dışından gelendoğrudan yatırımın GSYİH ya oranı (%)	0,52	1,10	1,10	1,20	1,30	1,40	1,50
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımstoku (milyon $)	7 910	8 390	8 918	9 525	10 223	11 027	11 950
Ülke dışına gidendoğrudan yatırım (milyon $)	-15,50	120,00	123,60	126,10	128,60	131,20	133,80
Ülke dışına yapılandoğrudan yatırım stoku (milyon $)	1 849,60	1 730,00	1 606,00	1 480,00	1 351,00	1 220,00	1 086,00

*Tahmin Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

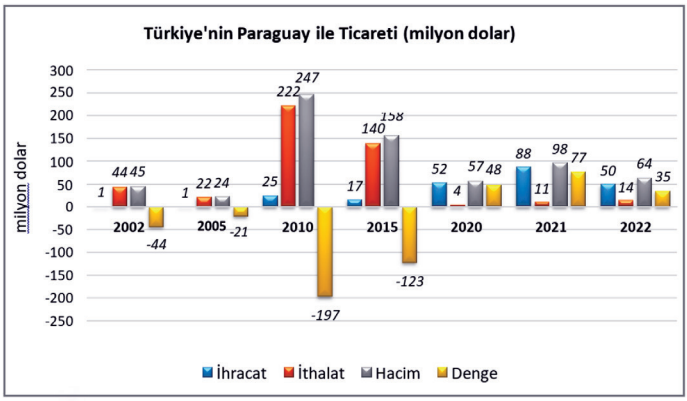
2023 yılında toplam doğrudan yabancı yatırım miktarı 528 milyon USD, toplam yabancı sermaye stoku ise 9 milyar USD olarak tahmin edilmektedir.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

2022 yılında Paraguay'a ihracatımız 50 milyon USD (bir önceki yıla göre % 43 azalma) olup ithalatımız 14 milyon USD'dir (bir önceki yıla göre % 33 artış). 2022 yılında Paraguay ile ticarette Ülkemizin 35 milyon USD dış ticaret fazlası verdiği gözlenmektedir.

Türkiye-Paraguay Dış Ticareti

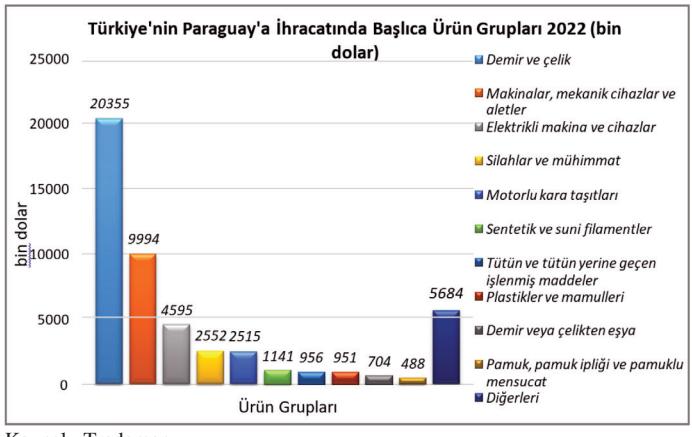


Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Paraguay'a İhracatında Başlıca Ürünler

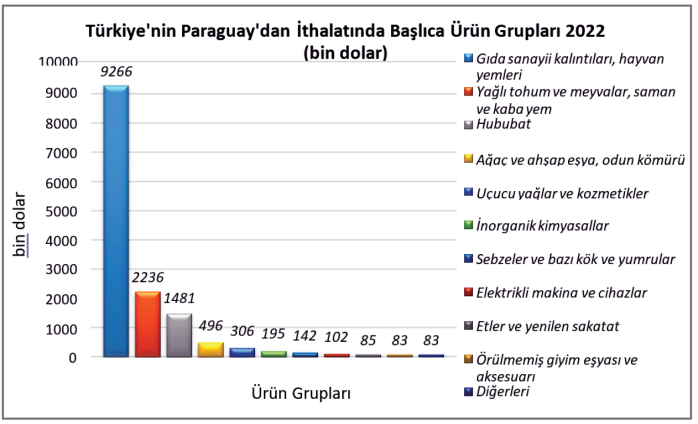
Paraguay'ın 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde) (GTİP:7213) ithalatının %49'u (20 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm) (GTİP:7208) ithalatının %14'ü (10 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği > 600 mm, soğuk haddelenmiş, kaplanmamış) (GTİP:7209) ithalatının %13'ü (6 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten profiller (GTİP:7216) ithalatının %21'i (5 milyon $)
- Demir veya alaşımsız çelikten teller (GTİP:7217) ithalatının %11'i (4 milyon $)
- Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama, eleme, tasnif, ayırma, yıkama, kırma, öğütme, yoğurma, kalıplama vb. Makinaları (GTİP:8474) ithalatının %11'i (2 milyon $)
- Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları (yıkama ve kurutma tertibatı bir arada olanlar dahil) (GTİP:8450) ithalatının %5'i (2 milyon $)
- Diğer alaşımlı çelikten teller (GTİP:7229) ithalatının %49'u (1 milyon $)
- Sentetik monofilamentler (67 desiteks veya daha fazla olup,enine kesiti 1 mm. yi geçmeyenler), şerit ve benzerleri (GTİP:5404) ithalatının %22'si (1 milyon $)
- Dokuma ipliklerin, mensucatın yıkanması, temizlenmesi, kurutulması, ütülenmesi, sarılması, katlanması vb için makinalar (GTİP:8451) ithalatının %14'ü (770 bin USD) Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Paraguay'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Paraguay'ın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**8 518 480**	**10 483 728**	**9 953 999**	**100**	**-5,1**
1.	2716	Elektrik enerjisi	1 736 269	0	1 668 147	16,8	100
2.	1201	Soya fasulyesi	2 146 550	14 962	1 226 849	12,3	8099,8
3.	1005	Mısır	322 343	75 445	1 088 661	10,9	1343
4.	0201	Sığır eti (taze/soğutulmuş)	526 446	1 057	883 476	8,9	83483,3
5.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	591 278	1 558	850 383	8,5	54481,7
6.	2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan	682 342	1 170	586 295	5,9	50010,7
		küspe ve katı atıklar					
7.	1507	Soya yağı ve fraksiyonları(kimyasal olarak değiştirilmemiş)	416 787	2 551	534 182	5,4	20840,1
8.	1006	Pirinç	295 007	322	293 351	2,9	91002,8
9.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler; tek tekkaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	179 726	0	277 287	2,8	100
10.	1207	Diğer yağlı tohumlar ve meyveler	111 806	1 184	148 261	1,5	12422
11.	2207	Etil alkol (alkol derecesi >= %80,tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş diğer alkollü içkiler	92 002	289	143 999	1,4	49726,6
12.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekteedici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	23 214	339 746	132 357	1,3	-61
13.	1001	Buğday ve mahlut	60 941	26	108 117	1,1	415734,6
14.	0206	Sığır, domuz, koyun, keçi, at, eşek, katır ve bardoların lerinyenilen sakatatı (taze,soğutulmuş veyadondurulmuş)	53 248	245	82 408	0,8	33535,9
15.	1502	Sığır, koyun/keçi yağları	29 361	0	70 519	0,7	100

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

EK-2 : Paraguay'ın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**9 936 281**	**11 384 885**	**11 769 399**	**100**	**3,4**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	1 143 920	1 611 639	2 418 350	20,5	50,1
2.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekteedici, zararlıları yok edici,sürgünleri önleyici,bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler	356 274	356 362	481 222	4,1	35
3.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetikveya optik okuyucular, verilerikoda dönüştüren ve işleyen mak.	145 888	319 231	399 566	3,4	25,2
4.	3105	Azot, fosfor ve potasyumunikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler	225 409	347 846	357 055	3	2,6
5.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	160 853	290 481	348 341	3	19,9
6.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı,serum, aşı, toksin vb. Ürünler	98 040	177 592	206 901	1,8	16,5
7.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	161 938	199 106	203 236	1,7	2,1
8.	3104	Potaslı mineral veya kimyasal gübreler	83 073	116 411	183 974	1,6	58
9.	7606	Aluminyum saclar, levhalar,şeritler (kalınlığı 0,2 mm. yi geçenler)	53 429	109 196	153 310	1,3	40,4
10.	2203	Biralar (malttan)	115 213	154 156	147 911	1,3	-4,1
11.	8433	Hasat ve harman, çim biçme makinaları ile yumurta ve tarım ürünlerini büyüklüklerine göre ayıran vetemizleyen makinalar	56 966	103 297	145 493	1,2	40,8
12.	3102	Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	56 473	85 997	119 521	1	39
13.	2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	59 322	95 416	117 943	1	23,6
14.	3103	Fosfatlı mineral veya kimyasal gübreler	36 493	48 407	102 989	0,9	112,8
15.	3907	Poliasetaller, diğer polieterler,epoksi reçineler, polikarbonatlar, alkit reçineler,	73 445	81 007	102 686	0,9	26,8

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

EK-3 : Paraguay'ın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**8 518 480**	**10 483 728**	**9 953 999**	**100**	**-5,1**
1.	Brezilya	3 024 793	2 522 392	3 663 491	36,8	45,2
2.	Arjantin	2 150 319	1 060 643	1 943 118	19,5	83,2
3.	Şili	769 693	105 801	1 137 008	11,4	974,7
4.	Rusya	467 717	153 188	356 373	3,6	132,6
5.	ABD	173 058	765 864	256 812	2,6	-66,5
6.	Tayvan	121 486	33 267	221 870	2,2	566,9
7.	Uruguay	114 068	114 914	202 600	2	76,3
8.	Hindistan	164 887	381 462	154 794	1,6	-59,4
9.	İsrail	125 189	9 359	143 585	1,4	1434,2
10.	Polonya	92 197	7 422	135 037	1,4	1719,4
11.	Peru	99 636	14 945	132 442	1,3	786,2
12.	Pakistan	16 022	8 487	126 541	1,3	1 391
13.	Bolivya	46 985	60 521	96 235	1	59
14.	İngiltere	116 033	51 788	92 947	0,9	79,5
15.	G. Kore	24 806	59 411	90 306	0,9	52
…	…	…	…	…	…	…
51.	**Türkiye**	**4 047**	**71 360**	**7 494**	**0,1**	**-89,5**

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

EK-4 : Paraguay'ın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**9 936 281**	**11 384 885**	**11 769 399**	**100**	**3,4**
1.	Brezilya	2 390 009	2 759 560	3 116 726	26,5	12,9
2.	Arjantin	1 807 589	2 383 131	2 996 645	25,5	25,7
3.	Çin	1 603 788	1 848 105	1 908 321	16,2	3,3
4.	ABD	1 522 276	1 778 912	935 497	7,9	-47,4
5.	Uruguay	271 674	354 826	502 874	4,3	41,7
6.	Hindistan	163 649	238 962	219 357	1,9	-8,2
7.	Şili	328 569	177 569	199 056	1,7	12,1
8.	Almanya	215 711	161 786	149 307	1,3	-7,7
9.	İspanya	106 941	117 707	141 946	1,2	20,6
10.	Kanada	34 093	49 656	109 476	0,9	120,5
11.	Meksika	115 878	73 238	101 985	0,9	39,3
12.	İtalya	76 302	69 479	81 216	0,7	16,9
13.	Bolivya	47 180	73 542	79 150	0,7	7,6
14.	Fransa	71 423	64 200	77 879	0,7	21,3
15.	Türkiye	50 426	80 529	74 736	0,6	-7,2

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

EK-5 : Türkiye'nin Paraguay'a İhracatında Başlıca ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**52 333**	**87 541**	**49 935**	**100**	**-43**
1.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	7 563	21 925	8 213	16,4	-62,5
2.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	7 827	6 631	3 838	7,7	-42,1
3.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	6 572	15 385	3 763	7,5	-75,5
4.	7209	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri (genişliği > 600 mm,soğuk haddelenmiş, kaplanmamış)	1 833	6 442	2 316	4,6	-64
5.	9302	Revolverler ve tabancalar (93.03 veya 93.04 pozisyonundakiler hariç)	0	1 716	2 194	4,4	27,9
6.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	1 511	2 351	2 128	4,3	-9,5
7.	8516	Elektrikli su ısıtıcıları, elektrotermikcihazlar, ortam ısıtıcıları, saç ve el kurutucuları, ütüler, rezistanlar	1 714	3 086	1 959	3,9	-36,5
8.	8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama,eleme, tasnif, ayırma, yıkama, kırma, öğütme,yoğurma, kalıplama vb.Makinaları	1 836	409	1 564	3,1	282,4
9.	8465	Ağaç, mantar,kemik,sert kauçuk, sert plastik maddeler vb sert maddeleri işl.Mahsus makinalar (çivi çakma,zımbalama vb)	11	0	1 455	2,9	0
10.	8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	824	3 353	1 345	2,7	-59,9
11.	7217	Demir veya alaşımsız çelikten teller	581	3 017	1 123	2,2	-62,8
12.	8450	Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları (yıkama ve kurutma tertibatı bir arada olanlar dahil)	687	1 120	1 103	2,2	-1,5
13.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğerelektrik iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	304	67	1 103	2,2	1546,3
14.	8507	Elektrik akümülatörleri (bunların separatörleri dahil)	47	43	936	1,9	2076,7
15.	2403	Homonize edilmiş tütün ve tütün yerine geçen madde hülasaları ve esansları	2 315	745	920	1,8	23,5

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

EK-6 : Türkiye'nin Paraguay'dan İthalatında Başlıca ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**4 187**	**10 918**	**14 477**	**100**	**32,6**
1.	2303	Nişastacılık, şeker pancarı, şeker ve içki sanayinin artık ve posaları	0	0	9 266	64	0
2.	1207	Diğer yağlı tohumlar ve meyveler	802	3 544	2 236	15,4	-36,9
3.	1006	Pirinç	359	1 327	1 481	10,2	11,6
4.	4402	Odun kömürü	423	33	484	3,3	1366,7
5.	3301	Uçucu yağlar, rezinoitler, ekstraksiyonla elde edilen yağ reçineleri ve terpenli yan ürünler, çözeltiler	472	310	306	2,1	-1,3
6.	2804	Hidrojen, asal gazlar ve diğer ametaller	0	0	195	1,3	0
7.	0713	Kuru baklagiller (kabuksuz) (taneleri ikiye ayrılmış)	31	48	142	1	195,8
8.	8535	Gerilimi 1000 voltu geçen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, sigortalar,yıldırım önleyici, fişler, kutular vb)	0	52	101	0,7	94,2
9.	0207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilensakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	0	0	85	0,6	0
10.	6204	Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise,takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.(yüzme kıyafetleri hariç)	0	18	83	0,6	361,1
11.	5211	Pamuklu mensucat (pamuk oranı < % 85olan sentetik veya suni liflerle karıştırılmış olup m2. ağırlığı 200 gr.ıgeçenler)	0	0	29	0,2	0
12.	2915	Doymuş asiklik monokarboksilik asitler ve bunların türevleri	5	4	16	0,1	300
13.	5516	Suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat	0	0	15	0,1	0
14.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç; kalınlık > 6 mm	0	5	12	0,1	140
15.	1701	Kamış/pancar şekeri ve kimyaca saf sakkaroz (katı halde)	0	0	6	0	0

Kaynak: Trademap, Paraguay Verileri

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN PARAGUAY'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON.REZENE.KİŞNİŞ.KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	23.800	
BAHARATLAR ZENCEFİL.SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	11.700	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	72.645	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	38.856	43.085
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	123.765	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	4.582	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	76.154	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	4.762	
Genel Toplam	**356.264**	**43.085**

PARAGUAY' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	512	585	462
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	62,589	69,526	47,262
Değirmencilik	5,76	5,614	6,826
Diğer Gıda Müstahzarları	220,11	252,629	254,042
Hububat	81,393	97	120,617
Pastacılık Ürünleri	3,91	5,319	5,871
Şeker ve Şeker Mamulleri	84,288	107,015	122,806
Un ve Unlu Mamuller	100,139	101,015	93,906
Genel Toplam	**558.701**	**541.800**	**651.792**

PARAGUAY' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	BREZİLYA	269,075	320,43	346,902
2	ARJANTİN	165,043	145,399	146,638
3	URUGUAY	26,569	31,848	30,817
4	ŞİLİ	23,231	30,359	30,049
5	ABD	14,586	18,811	15,131
6	BOLİVYA	5,119	17,528	6,348
7	İSPANYA	6,515	6,109	6,043
8	HOLLANDA	4,514	4,627	5,927
9	ALMANYA	4,018	4,446	5,55
10	İSVİÇRE	2,873	3,425	4,178
16	**Türkiye**	**285**	**370**	**467**

SURİNAM

ÜLKE RAPORU

S

SURİNAM

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Devletin Adı	Surinam Cumhuriyeti
Başkenti	Paramaribo (243.640)
Yönetim Biçimi	Cumhuriyet
Resmi Dili	Flemenkçe
Yüzölçümü	163.820 km^2
Para Birimi	Surinam Doları (Sr $) = 7,46 ABD $

2. TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

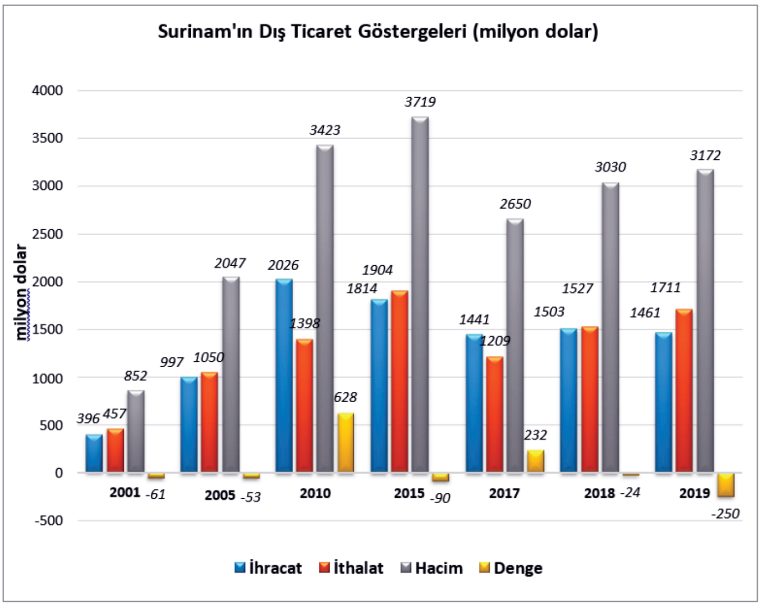
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
GSYİH (Cari Fiyatlar milyar $)	3,7	2,41	2,47	2,57	2,7	2,82	2,93
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	0,3	-13,5	0,7	1,5	2,0	1,7	1,3
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar- $)	6.191	3.988	4.030	4.154	4.318	4.452	4.573
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	4,4	34,9	52,1	29,0	19,6	14,3	12,7
Cari Ödemeler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-12,1	11,4	-1,5	-2,6	-3,0	-3,1	-2,8
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	9,0	11,3	11,2	10,9	10,6	10,3	10,0
Nüfus (milyon)	0,6	0,6	0,61	0,62	0,63	0,63	0,64

Kaynak:IMF

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

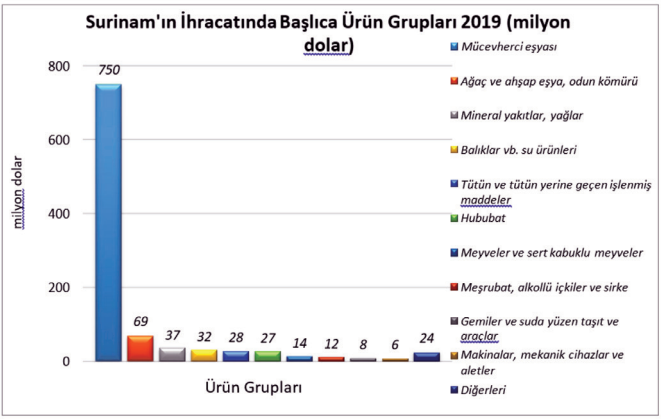
Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

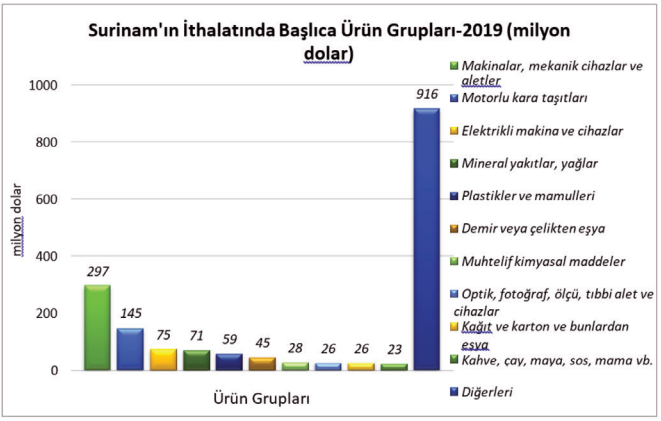
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

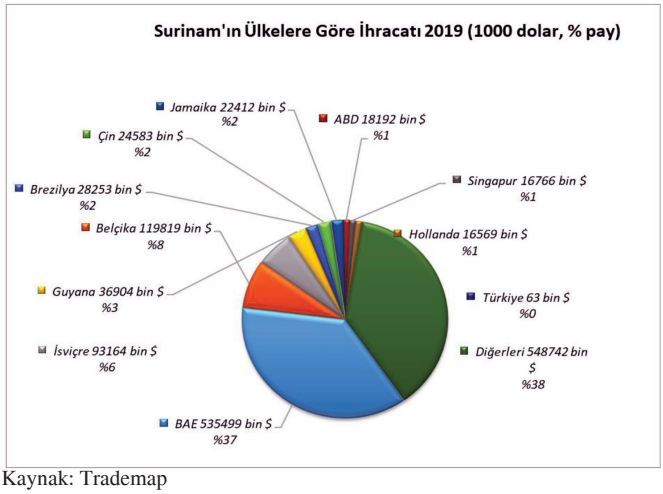
İthalat



Kaynak: Trademap

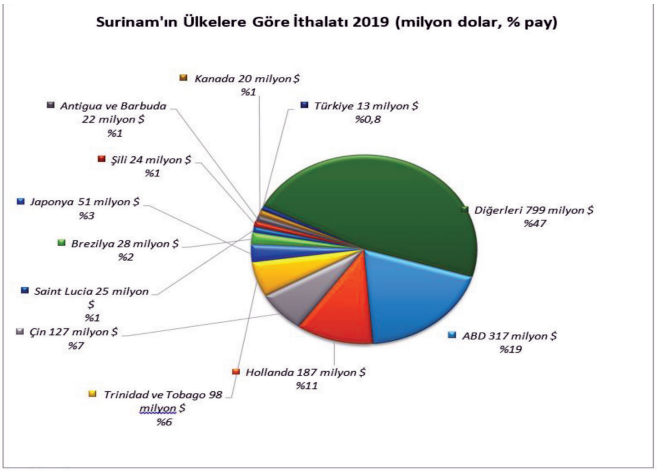
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat

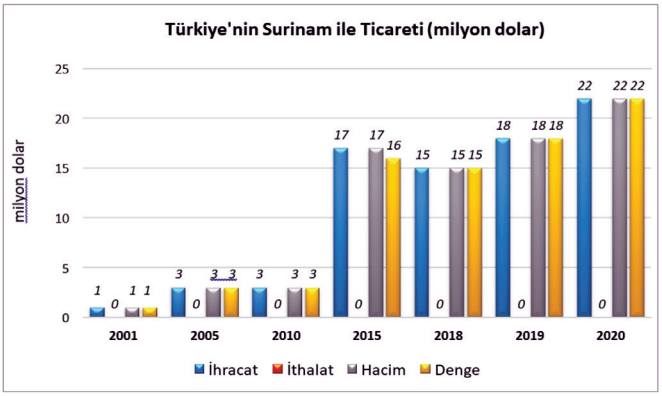


Kaynak: Trademap

4. TÜRKİYE ile TİCARET

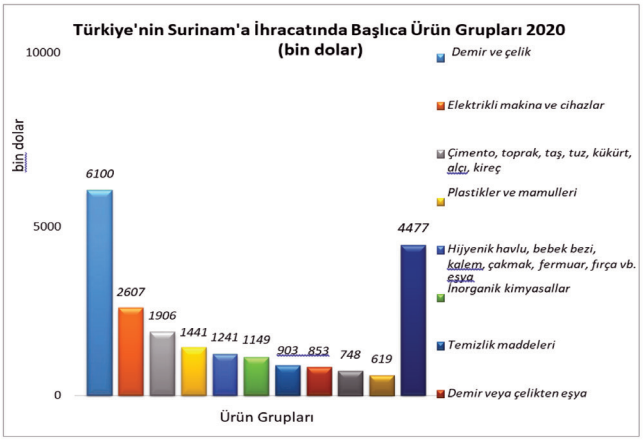
Genel Durum

Türkiye-Surinam Dış Ticareti



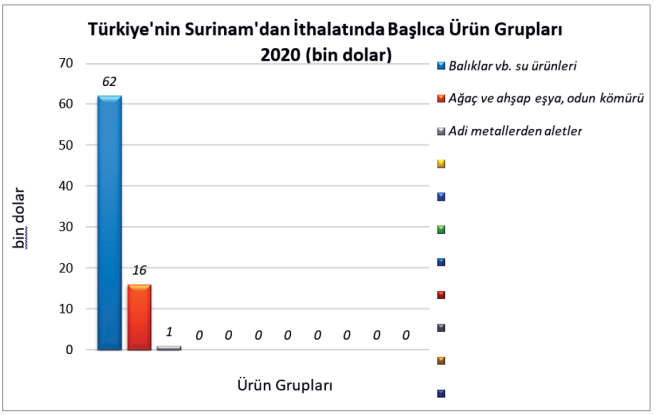
Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Surinam'a İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Surinam'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1 : Surinam'ın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)	Değişim (%, 2018-2019)
		TOPLAMİHRACAT(Diğerleriyle)	**1 441 019**	**1 502 817**	**1 460 966**	**100**	**-2,8**
1.	7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	1 054 287	1 001 325	749 467	51,3	-25,2
2.	4403	Yuvarlak ağaçlar	52 302	62 021	63 260	4,3	2
3.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	35	210	36 674	2,5	17363,8
4.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar, sigarillolar ve sigaralar	0	0	27 846	1,9	100
5.	1006	Pirinç	15 141	9 833	26 518	1,8	169,7
6.	2208	Etil alkol (alkol derecesi < %80, tağyir edilmemiş) ve damıtılarak elde edilmiş likör ve diğer alkollü içkiler	0	8 237	11 382	0,8	38,2
7.	0809	Kayısı, kiraz, şeftali, erik ve çakal eriği (taze)	0	5 927	11 342	0,8	91,4
8.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	10 991	10 347	10 848	0,7	4,8
9.	0306	Kabuklu hayvanlar (canlı, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, kurutulmuş, tuzlanmış veya benzer işlem görmüş)	13 926	15 363	10 409	0,7	-32,2
10.	8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar ve insan veya yük taşımaya mahsus benzeri gemiler	0	0	8 138	0,6	100
11.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	5 988	6 459	7 974	0,5	23,5
12.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç;kalınlık > 6 mm	5 497	6 012	6 081	0,4	1,1
13.	7204	Dökme demirin, demirin veya çeliğin döküntü ve hurdaları veya bunlarıneritilmesi ile elde dilmiş külçeler	2 397	2 994	3 120	0,2	4,2
14.	0302	Balıklar (taze veya soğutulmuş)	2 727	3 140	2 777	0,2	-11,6
15.	8431	İş ve Maden Makinelerinin aksam ve parçaları	443	30 217	2 380	0,2	-92,1

Kaynak: Trademap

EK-2: Surinam'ın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)	Değişim (%, 2018-2019)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**1 209 474**	**1 526 898**	**1 711 450**	**100**	**12,1**
1.	8431	İş ve Maden Makinelerinin aksam ve parçaları	64 814	117 014	91 041	5,3	-22,2
2.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	7 848	15 765	71 142	4,2	351,3
3.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	29 171	38 575	65 735	3,8	70,4
4.	8703	Otomobiller	28 123	39 553	51 132	3	29,3
5.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirleri vb	27 028	31 639	45 132	2,6	42,6
6.	8413	Sıvılar için pompalar (ölçü tertibatı olsun olmasın) ve sıvı elevatörleri	14 462	19 487	25 350	1,5	30,1
7.	8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama, eleme, tasnif, ayırma, yıkama, kırma, öğütme, yoğurma, kalıplama vb. Makinaları	15 715	24 880	20 947	1,2	-15,8
8.	0207	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilensakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	14 950	12 141	16 412	1	35,2
9.	8409	Sadece veya esas itibariyle 84.07 veya 84.08 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları	1 454	13 852	15 862	0,9	14,5
10.	3917	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar,vb.)	5 754	11 717	15 693	0,9	33,9
11.	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	16 303	15 927	14 855	0,9	-6,7
12.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	3 617	3 419	14 519	0,8	324,7
13.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa,kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	11 936	11 378	13 600	0,8	19,5
14.	2202	Sular (mineral ve gazlı sular dahil) ve alkolsüzdiğer içecekler (tatlandırıcılı,lezzetlendirilmiş)	2 654	6 361	11 950	0,7	87,9
15.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	6 990	9 639	11 682	0,7	21,2

Kaynak: Trademap

EK-3: Surinam'ın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2017	2018	2019	Pay (%,2019)	Değişim (%,2018-2019)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**1 441 019**	**1 502 817**	**1 460 966**	**100**	**-2,8**
1.	BAE	106 932	292 426	535 499	36,7	83,1
2.	Belçika	154 705	90 675	119 819	8,2	32,1
3.	İsviçre	461 474	389 431	93 164	6,4	-76,1
4.	Guyana	2 613	4 088	36 904	2,5	802,7
5.	Brezilya	709	1 392	28 253	1,9	1929,7
6.	Çin	13 873	20 020	24 583	1,7	22,8
7.	Jamaika	15 386	11 884	22 412	1,5	88,6
8.	ABD	10 630	11 340	18 192	1,2	60,4
9.	Singapur	18 916	27 384	16 766	1,1	-38,8
10.	Hollanda	17 038	19 468	16 569	1,1	-14,9
11.	Fransa	3 771	3 799	15 643	1,1	311,8
12.	Vietnam	3 467	4 304	11 634	0,8	170,3
13.	Hindistan	16 543	12 805	9 642	0,7	-24,7
14.	Portekiz	158	376	6 699	0,5	1681,6
15.	Trinidad ve Tobago	795	35 637	4 229	0,3	-88,1
…	…	…	…	…	…	…
45.	**Türkiye**	**130**		**63**		**100**

Kaynak: Trademap

EK-4: Surinam'ın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2017	2018	2019	Pay (%, 2019)	Değişim (%,2018-2019)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**1 209 474**	**1 526 898**	**1 711 450**	**100**	**12,1**
1.	ABD	251 535	284 077	317 023	18,5	11,6
2.	Hollanda	147 064	155 313	187 187	10,9	20,5
3.	Çin	73 557	98 464	127 267	7,4	29,3
4.	Trinidad ve Tobago	47 821	102 658	98 019	5,7	-4,5
5.	Japonya	25 869	36 541	50 600	3	38,5
6.	Brezilya	26 225	23 408	28 359	1,7	21,2
7.	Saint Lucia	11	155	25 431	1,5	16307,1
8.	Şili	1 865	1 680	23 501	1,4	1298,9
9.	Antigua ve Barbuda	0	1 369	22 047	1,3	1510,4
10.	Kanada	17 853	15 062	19 769	1,2	31,3
11.	D. Kongo	3 704	7 222	19 369	1,1	168,2
12.	Belçika	15 378	13 381	19 181	1,1	43,3
13.	Meksika	8 443	9 351	14 367	0,8	53,6
14.	Türkiye	7 169	10 588	13 438	0,8	26,9
15.	Tayland	13 403	11 640	13 400	0,8	15,1

Kaynak: Trademap

Ek-5: Türkiye'nin Surinam'a İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%,2019-2020)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**15 223**	**18 119**	**22 044**	**100**	**21,7**
1.	7214	İnşaat demiri	529	1 328	2 740	12,4	106,3
2.	2523	Çimento	1 865	3 056	1 867	8,5	-38,9
3.	8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenler;tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiber optik kablolar	476	0	1 846	8,4	0
4.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	939	1 165	1 591	7,2	36,6
5.	7210	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri, genişlik ≥600 mm (kaplanmış)	619	181	1 237	5,6	583,4
6.	9619	Hijyenik havlular ve tamponlar, bebek bezleri ve benzeri hijyenik eşya	973	977	1 219	5,5	24,8
7.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme, tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	1 520	960	866	3,9	-9,8
8.	2832	Sülfitler ve tiyosülfatlar	323	365	816	3,7	123,6
9.	3401	Sabunlar, yüzey aktif organik ürünler ve müstahzarlar	289	307	625	2,8	103,6
10.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	636	604	560	2,5	-7,3
11.	6809	Alçı ve alçı esaslı bileşiklerden eşya	260	345	481	2,2	39,4
12.	2402	Tütün/tütün yerine geçen maddelerden purolar, sigarillolar ve sigaralar	0	0	457	2,1	0
13.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	391	373	455	2,1	22
14.	7306	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	19	82	415	1,9	406,1
15.	1512	Ayçiçeği, aspir, pamuk tohumu yağları ve bunların fraksiyonları (kimyasal olarak değiştirilmemiş)	621	585	380	1,7	-35

Kaynak: Trademap

Ek-6: Türkiye'nin Surinam'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2018	2019	2020	Pay (%, 2020)	Değişim (%, 2019-2020)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**253**	**127**	**81**	**100**	**-36,2**
1.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	0	0	60	74,1	0
2.	4409	Şekil verilmiş ağaçlar (lambalanmış, yiv açılmış, set açılmış, şevlenmiş, ortaları (V) şeklinde oluklanmış vb.)	147	4	16	19,8	300
3.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	0	0	2	2,5	0
4.	8203	Eğe, törpü, pens, kerpeten, cımbız, tenekeci makası, boru kesici, cıvata kesiciler zımba vb.	0	0	1	1,2	0

Kaynak: Trademap

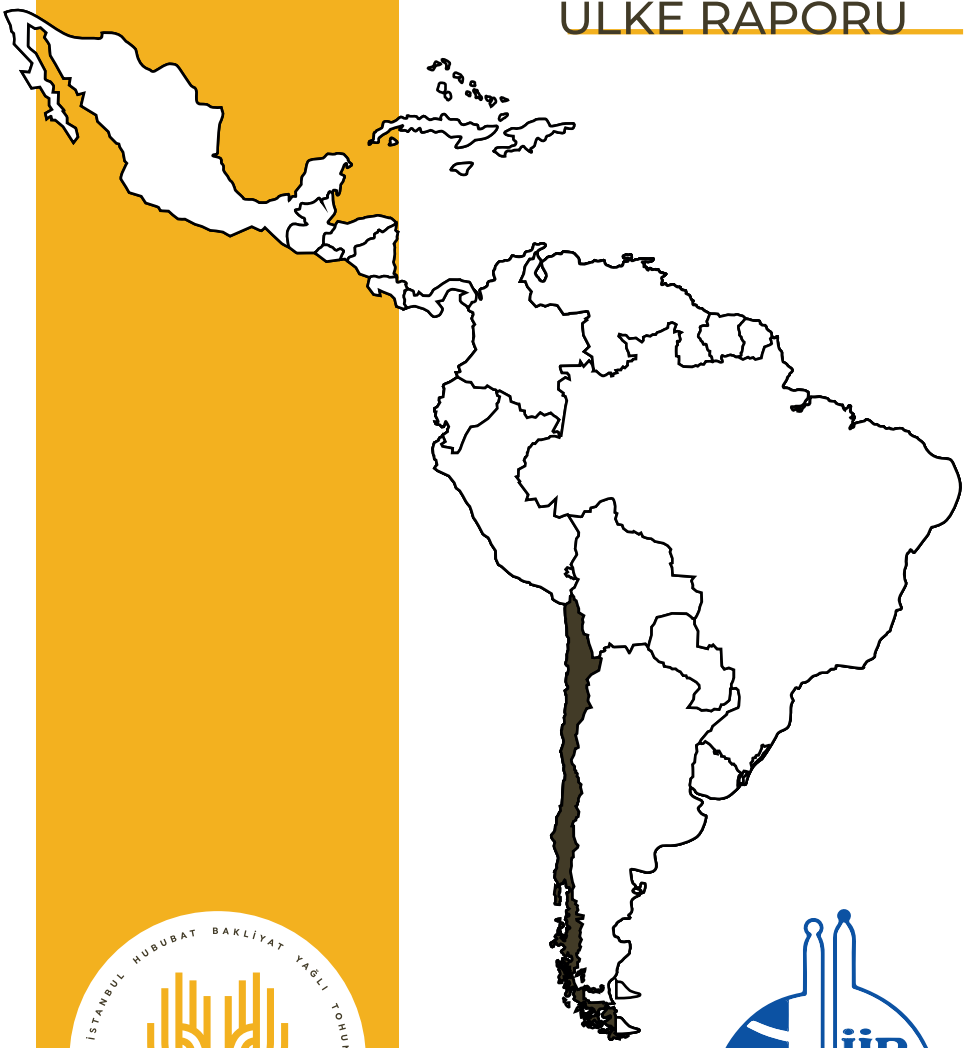
HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN SURİNAM'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	1.882	
BAHARATLAR ZENCEFİL. SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	1.182	
BAKLİYAT BEZELYELER	5.254	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	4.577.251	279.823
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	534.511	47.650
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	60.208	9.620
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	55.916	7.611
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	23.182	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	267.490	61.335
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	178.816	60.477
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	29.401	3.255
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	1.825	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	306.914	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	318.735	85.078
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR	44.284	4.949
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	372.508	10.952
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	12.960	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	24.310	13.050
Genel Toplam	**6.816.630**	**583.801**

SURİNAM' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	1,228	1,782
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	26,525	28,883
Değirmencilik	7,31	6,853
Diğer Gıda Müstahzarları	39,45	41,806
Hububat	4,444	4,647
Pastacılık Ürünleri	2,859	4,075
Şeker ve Şeker Mamulleri	17,55	21,702
Un ve Unlu Mamuller	14,265	23,55
Genel Toplam	**113.631**	**133.298**

SURİNAM' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	HOLLANDA	25,125	34,223
2	ABD	17,281	14,891
3	ALMANYA	4,44	10,279
4	TRİNİDAD VE TOBAGO	8,567	10,275
5	BREZİLYA	6,209	7,753
6	KOLOMBİYA	3,612	5,598
7	**TÜRKİYE**	**3,02**	**4,566**
8	GUYANA	2,975	4,434
9	UKRAYNA	7,264	4,091
10	BELİZE	849	4,046

ŞİLİ

ÜLKE RAPORU



İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

Ş

ŞİLİ

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	ŞİLİ
Yüzölçümü	756.096 km2
Nüfusu	20,11 milyon (2023)
Başkenti	Santiago
Eyaletler	Aisen del General Carlos Ibanez del Campo, Antofagasta, Araucania, Arica y Parinacota, Atacama, Biobio, Coquimbo, Libertador General Bernardo O'Higgins, Los Lagos, Los Rios, Magallanes y de la Antartica Chilena, Maule, Region Metropolitana (Santiago), Tarapaca ve Valparaiso
Devlet Başkanı	Gabriel Boric
Yönetimi	Başkanlık tip Cumhuriyet
Dili	İspanyolca
Dini	Roma Katolikleri %89, Protestanlar %11, Museviler ve diğer
Para Birimi	Şili Pezosu (CLP)

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

APEC, BIS, CAN (associate), CD, CELAC, FAO, G- 15, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC (national committees), ICCt, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC (NGOs), LAES, LAIA,Mercosur (associate), MIGA, MINUSTAH, NAM, OAS, OECD (enhanced engagement), OPANAL, OPCW, Pacific Alliance, PCA, SICA (observer), UN, UNASUR, UNCTAD, UNESCO, UNFICYP, UNHCR, UNIDO, Union Latina, UNMOGIP, UNTSO, UNWTO, UPU, WCO, WFTU (NGOs), WHO, WIPO, WMO, WTO

Coğrafi Konum

İsmi Aymara dilinde "dünyanın bitimi" anlamına gelen "chilli" kelimesinden gelen Şili, Güney Amerika'nın güneybatı kıyısında yer almakta olup, Atlantik ve Pasifik Okyanusları arasında stratejik bir konuma sahiptir. Arjantin ile 5.308 km, Bolivya ile 860 km ve Peru ile 171 km sınıra sahip olan ve 6.435 km kıyı uzunluğu olan Şili, kıyılarda çok yüksek olmayan dağların, orta kesimlerde verimli vadilerin, kuzeyde Atacama Çölü'nün, doğuda ise And Dağları'nın çevrelediği bir topografik yapıya sahiptir.

Siyasi ve İdari Yapı

16. yüzyılda İspanya'nın Şili'yi işgalinden önce Kuzey Şili İnkalar'ın, Orta ve Güney Şili ise Mapuçeler'in idaresi altında olup, 1810 yılında İspanya'ya karşı bağımsızlığını ilan etmesine rağmen kalıcı başarıya 1818 yılında ulaşılmıştır. Pasifik Savaşı'nda (1879–1883) Peru ve Bolivya'yı yenerek kuzeydeki bölgeleri elde eden Şili'de Salvador Allende'nin başkanlığındaki hükümet 1973 yılında Augosto Pinochet'nin askeri diktatörlük rejimi ile devrilmiştir. 1990 yılında serbest başkanlık seçimi sistemine geçilene kadar ülke Pinochet tarafından idare edilmiştir. 11 Mart 1981 yılında ilk Anayasa yürürlüğe girmiştir. Şili Anayasası İspanya, Fransa ve Avusturya anayasalarından esinlenerek hazırlanmıştır.

Şili'de Devlet Başkanı aynı zamanda Başbakanlık görevini de yürütmektedir. Dört yılda bir yapılan başkanlık seçimleri ile seçilen Devlet Başkanı, Bakanlar Kurulu üyelerini atama yetkisine sahiptir. İlk turu 21 Kasım 2021 tarihinde yapılan Şili Devlet Başkanlığı seçimlerinde hiçbir adayın ilk turda en az %50 oy oranını yakalayamaması

üzerine en fazla oyu alan iki adayın yarıştığı 19 Aralık 2021 tarihli ikinci tur seçim sonuçlarına göre, demokratik sosyalizm ideolojisini benimseyen ve aralarında Komünist Partinin de bulunduğu sol "Apruebo Dignidad" ittifakının adayı Gabriel Boric oyların %55.8'ini alarak Devlet Başkanı seçilmiştir. Boric, görevini resmi olarak 11 Mart 2022 tarihinde devralmıştır.

Şili 16 bölgeden oluşmaktadır. Bu bölgeler Kuzeyden Güneye doğru sırasıyla, Región de Arica y Parinacota; Región de Tarapacá; Región de Antofagasta; Región de Atacama; Región de Coquimbo; Región de Valparaíso; Región Metropolitana de Santiago; Región del Libertador General Bernardo O'Higgins; Región del Maule; Región del Ñuble; Región del Biobío; Región de La Araucanía; Región de Los Ríos; Región de Los Lagos; Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo ve Región de Magallanes y la Antártica Chilena olarak adlandırılmaktadır.

Nüfus ve İstihdam

2023 yılı IMF tahminlerine göre yaklaşık 20.1 milyon nüfusa sahip olan Şili'de nüfus artış hızı %1, yaş ortalaması 35'dir. Nüfusun %18'i 0–14 yaş arasında, %69'u 15–64 yaş arasında, %13'ü ise 65 yaşın üzerindedir. Ülkedeki okur-yazarlık oranı %97 olup, Şili eğitim standartlarının diğer Latin Amerika ülkeleri ile kıyaslanınca daha iyi durumda olduğu görülmektedir. Nüfusun %10.8'i yoksulluk sınırının altında yaşamakta olup, gelir dağılımı adaletsizdir.

Şili nüfusunun %88'i kentlidir ve toplam nüfusun %40'ı başkent Santiago ve çevresinde yaşamaktadır. Kuzeyde ve güneyde tarımın yapılabildiği And Dağları'nın arasında kalan ovalarda ve Santiago'nun 100 km batısındaki liman şehri Valparaiso'da yerleşim yoğun iken; ülkenin kuzey ve güney uç noktalarına gidildikçe elverişsiz iklim koşulları sebebiyle nüfus yoğunluğu azalmaktadır.

Şili'de etnik çeşitlilik diğer Latin Amerika ülkelerine kıyasla daha azdır. Batı Avrupa ülkelerinden gelen göçmen nüfus, çoğunluğu oluşturmaktadır. Ülkeye özellikle 19. yüzyılda çok sayıda İngiliz, İrlandalı, Alman, Hırvat, Filistinli ve İtalyan yerleşmiştir.

Yaklaşık 8,5 milyon olarak tahmin edilen toplam işgücünün %9'u tarım, %69'u sanayi ve %22'si hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir. Çalışan nüfusun yarısını, yönetici pozisyonlarının ise dörtte birini kadınlar oluşturmaktadır.

Doğal Kaynaklar

Şili'nin başlıca doğal kaynakları; bakır, iyot, kereste, demir cevheri, nitrat, değerli metaller ve molibdendir. Yaban mersini, sofralık üzüm, erik, kiraz, kurutulmuş elma, midye, alabalık ve somonda dünyanın lider üreticisi ve ihracatçılarından olan Şili, güney yarım kürenin en büyük meyve, sert kabuklu meyve, salça ve dondurulmuş üzümsü meyve ihracatçısıdır. Yine, balık unu, ceviz, kuru üzüm ve dondurulmuş hindi eti ve dondurulmuş istavrit ülkenin tarım ve hayvancılık alanında öne çıkan başlıca ihraç ürünleri arasında yer almaktadır. Ülkedeki tarımsal üretim zenginliği nedeniyle, gelişmiş bir gıda işleme sanayiine de sahip olan Şili'de imalat sanayii bakır, madencilik, gıda işleme, kimyevi ürünler, ormancılık ürünleri ve su ürünleri ile sınırlıdır.

Ülke özellikle turizm açısından önemli doğal güzelliklere sahiptir. And Dağları sayesinde Şili'nin büyük bir hidroelektrik enerji potansiyeli bulunmaktadır. Kıyıları boyunca ülkenin zengin balıkçılık kaynakları mevcuttur. Kuzeydeki kurak araziler maden yatakları ile bezenmiştir.

Şili'nin doğal kaynaklarının dağılımı şöyledir:

Kuzey Bölgesi: Bakır, demir cevheri, nitrat, altın, lityum, molibden, deniz ürünleri

Orta Bölgesi: Tarım, meyve, ormanlar, hidroelektrik enerjisi, kömür, deniz ürünleri.

Güney Bölgesi: Orman, petrol, doğal gaz, kömür, hayvancılık ve deniz ürünleri.

Şiddetli depremlerin, volkanik faaliyetlerin ve tsunamilerin sıkça görüldüğü Şili'nin başlıca çevre sorunları ormanlık arazilerin tahribi, özellikle Santiago ve çevresinde endüstriyel faaliyetlerin ve taşıt emisyonlarının sebep olduğu hava kirliliği ve su arıtma sistemlerinin yetersizliği nedeniyle Maipo, Aconcagua ve Biobio Nehri'nde oluşan su kirliliğidir.

Şili' ye Genel Bakış

Şili, Pasifik Okyanusu, Arjantin, Bolivya ve Peru ile sınırı olan bir Güney Amerika ülkesidir. Ülke, 16 idari bölgeye ayrılmıştır. 2022 yılında Şili'nin nüfusu 19,8 milyon olup, bu nüfusun 8,3 milyonu Santiago Metropolitan bölgesinde yaşamaktadır. 2022 yılında Şili'nin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYİH), cari fiyatlarla 2021 yılına göre %2,4 artışla 324 milyar USD'ye ulaşmıştır. 2023 yılı için Şili Merkez Bankası, GSYİH'da yüzde 0,75 ile 1,75 arasında bir daralma öngörmüştür. Kişi başına GSYİH, 2021'de 28.887 $''ye ulaşmış olması nedeniyle Şili'yi Latin Amerika'daki en yüksek kişi başına GSYİH'lardan biridir. Şili'nin ekonomisi, öncelikle madencilik ve tarım sektörlerinde - balıkçılık ürünleri, ormancılık ve taze meyve - yoğunlaşan ihracata dayalıdır. 2022 yılı Şili tarımı, ülkenin GSYİH'sının %8,5'ini (27,5 milyar USD, ihracatının %26,9'unu temsil etmektedir. Şili'nin işgücünün yaklaşık yüzde 10'unu da bu alanda istihdam edilmiştir. Ayrıca Şili, Kolombiya ve Peru'dan sonra ABD'nin tarım ürünleri için Güney Amerika'daki en büyük üçüncü pazarı olması ve 2022 yılı %14 pazar payı olan 690 milyon USD'lik ihracatla ABD tüketici odaklı tarım ürünleri için Güney Amerika'daki en büyük ikinci Pazar olması dikkat çekicidir.

Çizelge . Şili Gıda endüstrisi genel durumu (2022, milyar USD)

Alan	Değer
Perakende gıda satışları	29,5
Gıda ve tarımsal ürün ihracatı	26,9
Gıda ve tarımsal ürün ihracatı	11,8
Süpermarket gıda satışları	16,4
Toplam perakende satışları	63,6

Gıda ve içecek işleme endüstrisi, 2021 yılında 12,8 milyar USD ile Şili'nin ihracatının %13,5'ini oluşturmuştur. Gıda işleme endüstrisi, madencilikten sonra en büyük ikinci ekonomik ihracat sektörüdür. Şili İhracat Teşvik Ajansı'na (ProChile) göre, gıda işleme sektörü 368.316'dan fazla işçi istihdam etmektedir. 2022 yılının tüketici gıda hizmeti sektörü ise 2019 yılındakinden önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Pandemi, çevrimiçi sipariş ve eve teslimin ilerlemesiyle birçok değişiklik yaşanmıştır Restoranlar için, 2019 yılında neredeyse önemsiz olan çevrimiçi sipariş, 2022 yılında gerçekleştirilen cironun yaklaşık %23'üne ulaşmıştır.

Şili, son on yılda Latin Amerika'nın en hızlı büyüyen ekonomilerinden biridir. Bu durum, ülkenin modern ve dinamik bir perakende gıda endüstrisine sahip olmasını sağlamıştır. Süpermarketler, hipermarketler, marketler ve online platformlar dahil olmak üzere sektörün büyük oyuncuları pazar payı için yoğun bir şekilde rekabet etmektedir. Perakendeciler, rekabet avantajı elde etmek için teknolojilerini geliştirmeye, ürün tekliflerini iyileştirmeye ve müşteri deneyimlerini geliştirmeye odaklanmıştır. Daha büyük oyuncular pazar varlıklarını güçlendirmek için daha küçük bölgesel zincirler satın aldıkça konsolidasyon devam etmiştir.

2022 yılında perakende satışlar, 2021 yılına göre %14,4 artışla 63,6 milyar USD'ye ulaşmıştır. Toplam perakende satışların %83,6'sı mağaza içi satışlar ve kalan 16,4'ü ise mağaza dışı satışlar (e-ticaret, doğrudan satış, postayla siparişler ve otomatlar). Pera-

kende gıda satışları 2022 yılı 2021 yılına göre %20,9 artışla 29,5 milyar USD seviyesinde gelmiştir. Süpermarket gıda satışları 16,4 milyar USD ile 2022 yılındaki toplam market perakende satışlarının %55,5'ini temsil etmektedir. Euromonitor verilerine göre 2022-2027 yılları arasında perakende gıda satışlarının yılda %2,1 artması beklenmektedir.

Çevrimiçi perakendecilik ve teslimat hizmetlerinin benimsenmesi 2022 yılında hız kazanmıştır. Tüketiciler, çevrimiçi içecek ve gıda ürünleri satın almanın rahatlığını giderek daha fazla uyum sağlamaktadır. Perakendeciler, değişen müşteri tercihlerini karşılamak için e-ticaret platformlarına, mobil uygulamalara ve hızlı teslimat sistemlerine yatırım yapmaktadır. Çevrimiçi pazaryerleri ve teslimat yazılımları, bu segmentte büyümenin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Şilili tüketiciler, sağlıklı gıdalara ve özel beslenme seçeneklerine önemli bir ilgi gösterse de, bu ilginin boyutuna ilişkin resmi rakamlar mevcut değil. Bu eğilim, dengeli beslenmenin önemine dair farkındalığın artması, kronik hastalıkların artması, daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarını teşvik eden hükümet girişimleri ve sağlık bilincine sahip genç bir neslin etkisine bağlanabilir. Tüketiciler, organik, yerel kaynaklı ve minimum düzeyde işlenmiş gıdalar dahil olmak üzere aktif olarak besleyici seçenekler arayışındadır.

Özel markalı (private-label) markaların popülaritesi 2022 yılı artmaya devam etmiştir. Perakendeciler, yüksek kaliteli, rekabetçi fiyatlara sahip özel markalı ürünleri piyasaya sürmek için marka itibarlarından ve tedarik zinciri yeteneklerinden yararlanmaktadır. Bu strateji, karlılığı artırmalarına, tekliflerini farklılaştırmalarına ve müşteri sadakati oluşturmalarına olanak sağlamaktadır. Private-label markalar özellikle ambalajlı ve uzun ömürlü gıda kategorilerinde başarı yakalamaktadır.

Şili, komşularına (Brezilya, Arjantin ve Peru) kıyasla sadece 19,8 milyonluk nüfusu ile küçük bir ülkedir. Bu nüfusun yaklaşık yarısı ise başkent Santiago'da yaşamaktadır. Bununla birlikte, Şili açık bir pazara ve kişi başına 29.104 USD ile bölgedeki en yüksek kişi başına gelir düzeyine sahiptir. Şili, mevsimlik kuzey yarımküre pazarlarına karşı sevk edilen büyük miktarlarda meyve sebze ürünleri üretmekte ve ihraç etmektedir. Şili gıda işleme sektörü oldukça gelişmiştir; İthalat, yurt içinde kullanılan tüm bileşenlerin yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Şili'ye gerçekleştirilen gıda ihracatında ABD önemli paya sahiptir. Bu durum, tüketim alışkanlıklarında meydana getirmiş olduğu etki ve değişimlerle Şilililer'in ithal, yüksek kaliteli gıda ve tarım ürünlerine yaklaşımlarının pozitif olmasına katkı sunmuştur.

Şilili tüketiciler, artan seviyelerde hayvansal protein tüketerek sığır eti, domuz eti, kümes hayvanları ve süt ürünleri için ithalat gerçekleştirmektedir. Benzer şekilde, Şili'nin nispeten yüksek satın alma gücü, çikolata ve şekerlemeler ile diğer premium ürünlerin ihracatı için bir fırsattır. Şili ekonomisi, 2021 yılında hızla toparlanma yaşamış ve 2021 yılının ikinci çeyreğinden itibaren özel tüketimde artış görülmeye başlanmıştır.

Şili Gıda Pazarının Avantajları

- Net kurallar ve şeffaf düzenlemeler, ülkeye yönelik ticari faaliyetlerde adil rekabeti teşvik etmektedir.
- Şili'nin orta ve üst orta gelirli tüketicilerinin satın alma gücü yükselmektedir
- İthal markalar, yüksek kaliteli olarak kabul edilir. Pek çok tanınmış marka mevcut şartlarda bu pazarda popülerliğe ve yüksek ilgiye sahiptir.
- Birinci sınıf işlenmiş gıda ve içeceklere olan talep artmaya devam etmektedir.
- Gıda perakendecileri, orta ve üst gelir düzeyindeki tüketicilerin artan tüketici talebini karşılamak için yeni ürünler sunmaya heveslidir.

– Şili'nin en büyük perakendecilerinin diğer ülkelerde operasyonları olması, onu diğer pazarlara açılan bir kapı haline getirmektedir.
– İthal ve yerli ürünler için eşit şartların söz konusu olduğu bir pazardır.

Şili Gıda Pazarının Zorlukları

– Şili belirli bir bölgeden ithalata bağımlı değildir. En iyi fiyat ve kaliteyi sunan ithalat en cazip olanıdır.
– Şilili müşteriler, ekonominin açıklığı nedeniyle rekabetçi fiyatlara alışkındır.
– Şilili tüketicilerin ve ithalatçıların ülkemiz ürünlerinin çeşitliliği ve kalitesi konusunda farkındalık düzeyi yeterli değildir.
– Komşu ülkelere kıyasla nispeten küçük boyutlu bir pazardır.
– Şilililer, özellikle ekonomik yavaşlama dönemlerinde fiyata duyarlıdırlar.
– Şili sağlık ve bitki sağlığı kontrolleri katıdır.
– Şili, ABD, Avrupa Birliği (AB), Çin, Orta Amerika ve Güney Amerika dahil olmak üzere 65 pazarı kapsayan 31 serbest ticaret anlaşmasına sahip rekabetçi bir pazardır.
– Enflasyon nedeniyle ekonomik belirsizlik artabilmektedir.
– Brezilya, Arjantin ve Paraguay gibi diğer tedarikçilerden gelen güçlü rekabet söz konusudur.
– Web tabanlı market satışları gibi yeni teknolojiler benimsenmektedir.

SWOT Analizi

Şekil. Şili Gıda Pazarı SWOT Analizi

Şili Pazarı İçin İhracat Önerileri

Daha yüksek değerli ve kaliteli ürünler, Şili pazarında daha rekabetçidir ve Şilili tüketiciler ithal markalarını kaliteyle ilişkilendirir. Ek olarak, Şilili tüketiciler bazı ithal ve uluslararası markalarına sadıktır. Pazara yeni ürünlere arz edecek ihracatçılar, alıcılara ürün özelliklerini, sevkiyat şartlarını ve mali yükümlülükleri özetleyen iyi organize edilmiş bir planla yaklaşmalıdır. Birçok güvenilir ve verimli Şilili ithalatçı ve distribütör bulunmaktadır. Bunların geneli, yeni tedarikçilerle şahsen veya sanal forumlar aracılığıyla tanışmaya açıktır.

Şilili tüketiciler sağlık konusunda daha bilinçli hale gelmiş ve gıda talebini sağlıklı veya fonksiyonel olduğu düşünülen ürünlere doğru kaydırmaya başlamıştır. Bu, "doğal", "fonksiyonel", "zenginleştirilmiş" ürünlerin ihracat potansiyelini arttırmaktadır. Sağlıklı ürünlere ek olarak, birçok Şilili tüketici, sığır eti, domuz eti, süt ürünleri ve damıtılmış alkollü içkiler gibi yüksek kaliteli ürünleri satın alma eğilimine sahiptirler.

Hazır gıdalar ve tüketime hazır yemekler, hızlı hazırlanma süresi, uzun raf ömrü ve birçok dağıtım kanalından bulunabilirliği nedeniyle birçok Şililinin diyetinin bir parçası haline gelmiştir. Pazarda sağlık ve yaşam kalitesini desteklenmeye odaklanan, yenilikçi ürünlerin de önemli potansiyeli bulunmaktadır.

Şili pazarına birkaç büyük perakende süpermarket zinciri hakimdir. Bu süpermarket zincirleri, yerel distribütörlerden ve doğrudan ithalat yoluyla satın alır; her iki kanal da potansiyel olarak ülkemiz ihracatçıları tarafından erişilebilirdir. Açık pazarlar ülkede hala mevcuttur, ancak bunlar öncelikle meyve ve sebzeler veya deniz ürünleri için satış noktalarıdır. Şilili tüketiciler, hem doğrudan geleneksel perakendecilerden hem de üçüncü taraf platformlar aracılığıyla çevrimiçi alışverişe büyük ölçüde güvenmektedir. COVID-19 salgınıyla ilişkili kısıtlamalar, dijital satın almalara geçişi hızlandırmaya yardımcı olmuştur. 2021 yılında tüketicilerin %58'i perakende alışverişlerinin çoğunu çevrimiçi yapmıştır.

İthal Gıda Standartları ve Mevzuatı ile İthalat Prosedürleri

Şili Ulusal Gümrük Servisi (Servicio Nacional de Aduanas – SNA), ithalat prosedürlerinin idaresi ve tüm ithalat vergilerinin toplanması konularında genel sorumluluğa sahiptir. Ulusal Gümrük Servisi belgeleri kontrol eder ve gümrükleme sırasında fiziksel denetimler gerçekleştirir. Tüm ithal gıda ürünleri ayrıca Sağlık Bakanlığı (MINSAL) ve Tarım Bakanlığı Tarım ve Hayvancılık Servisi (Servicio Agricola y Ganadero – SAG) tarafından denetlenmektedir. Dokümantasyonla ilgili herhangi bir sorun yoksa, Şili'deki tasfiye süreci oldukça hızlı olabilir. Potansiyel ihracatçılar, Şili'nin değeri 3.000 USD'nin üzerindeki tüm ticari ithalatlar için kayıtlı bir gümrük acentesinin kullanılmasını gerektirdiği dikkate alınmalıdır. Tüm ithal ürünler, beslenme etiketleri de dahil olmak üzere İspanyolca olarak etiketlenmelidir.

Şili, Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) bir üyesi ve Güney Ortak Pazarı'nın (MERCOSUR) ortak üyesidir. Şu anda Şili'nin Patentleri, ticari markaları, endüstriyel tasarımları, modelleri kapsayan 30 ticaret anlaşması vardır ve telif hakları Şili'de Sınai Mülkiyetin Korunmasına İlişkin Uluslararası Sözleşme (Paris Sözleşmesi) hükümleriyle korunmaktadır.

Pazar Yapısı

Şili perakende sektörü 1.300'den fazla süpermarket, orta ölçekli bakkal, benzin istasyonu marketleri ve küçük bağımsız mahalle mağazalarından oluşmaktadır. Tüm perakende işlemlerinin yaklaşık %34'ü Santiago Büyükşehir Bölgesi'nde gerçekleşmektedir. Perakende gıda satışları 2021 yılı 2020 yılına göre %7,6 artışla 25,6 milyar USD'ye ulaşmıştır. Süpermarket gıda satışları 14,4 milyar USD'ye ulaşmış ve 2021 yılında toplam perakende gıda satışlarının %56,3'ünü oluşturmuştur. 2021 yılında daha az COVID-19 kısıtlaması ve başarılı bir aşılama kampanyasıyla GSYİH %11,8 artarak tüketici harcamalarını teşvik etmiştir. Şili'nin en büyük süpermarketleri Walmart, Cencosud, Tottus ve Unimarc perakende gelirlerinin %62'sine sahiptir.

Şili, gelişen bir otel, restoran ve kurumsal ev dışı tüketim sektörüne sahiptir. HRI sektörünün çoğu yerli tüketicilere hitap ederken, iyi gelişmiş bir turizm endüstrisi de bulunmaktadır. COVID-19 salgınından önce Şili, macera turizmi için bir numaralı destinasyon olarak sıralanmıştır. Şili'de, birçoğu çok çeşitli ithal gıda ürünleri sunan hem yerel hem de uluslararası otel ve restoranlar bulunmaktadır. 2021 yılında tüketici gıda hizmetleri satışları %42,5 artarak 3,5 milyar USD'ye ulaşmıştır. 2021 yılı ortalarında pandemi kısıtlamaları gevşemeye başlamış ve restoranlar yeniden halka açılmıştır. 1 Ekim 2022 yılında maske kullanımı ve aşı geçişleri gibi çoğu COVID-19 kısıtlaması kaldırılmıştır. 2023 yılı turizm ve yemek hizmeti tüketimindeki genişlemenin ardından yemek hizmeti sektörünün genişlemeye devam etmesi ve gıda ihracatçılar için fırsatlar sunması beklenebilir.

Şili, 2021 yılında 12,8 milyar USD ile ülkenin gerçekleştirdiği toplam ihracatın %13,5'ini temsil eden gelişmiş bir gıda işleme endüstrisine sahiptir. Şili gıda üreticileri, ürünlerini yurt içinde veya uluslararası pazarlara arz etmekte ve gıda üretimde kullanılan bileşenlerinin yaklaşık yarısını ithal etmektedirler. Bazı büyük uluslararası şirketler Şili'deki üretim tesislerini Latin Amerika'daki diğer pazarlara hizmet etmek için kullanmaktadırlar. Şilili tüketicilerin sağlıkla ilgili sorunlar konusunda artan bir endişesi bulunmakta ve gıda işleme endüstrisi değişen talebe uyum sağlamaya devam etmektedir.

Pazar Trendleri

Şili pazarı için öngörülen eğilimler ve pazarın değişimi üzerinde etkili olması düşünülen faktörler aşağıda yer almaktadır;

1. Çok Kanallı Perakendecilik: Çok kanallı perakendecilik trendinin Şili gıda perakende endüstrisinde daha fazla ivme kazanması bekleniyor. Perakendeciler, sorunsuz bir alışveriş deneyimi sağlamak için fiziksel mağazalarını çevrimiçi platformlarla entegre etmeye devam edecektir. Teknolojiye, lojistiğe ve müşteri veri analitiğine yapılan yatırımlar, tutarlı birçok kanallı stratejiye ulaşmada çok önemli olacaktır.

2. Kişiselleştirme ve Veri Analitiği: Perakendeciler, müşteri tercihleri, alışveriş alışkanlıkları ve talep kalıpları hakkında fikir edinmek için veri analitiğine giderek daha fazla güvenecektir. Ürün önerilerinin kişiselleştirilmesi, hedeflenen pazarlama kampanyaları ve özelleştirilmiş sadakat programları odak noktası olacaktır. Perakendeciler, müşteri katılımını ve satışları artırmak için gelişmiş analiz araçlarına ve yapay zekâya yatırım yapacaktır.

3. Sağlık ve Yaşam Kalitesi: Tüketicilerin beslenme, esenlik ve önleyici sağlık hizmetlerine artan odaklanmasıyla sağlık ve yaşam kalitesini destekleyici ürünlerine olan talep artmaya devam edecektir. Perakendeciler organik, doğal ve fonksiyonel gıda ürünleri tekliflerini genişleteceklerdir. Ayrıca, mağaza içi beslenme danışmanlığı, sağlıklı yaşam etkinlikleri ve fitness organizasyonlarıyla ortaklıklar gibi sağlıklı yaşam tarzlarını teşvik eden girişimlere de yatırım yapacaklardır.

4. Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Uygulamaları: Sürdürülebilirlik, etik uygulamaları kullanan, çevre dostu ürünler arayan tüketicilerle birlikte önemli bir trend olmaya devam edecektir. Perakendeciler tedarik zincirlerinde şeffaflığı vurgulayacak, plastik ambalajları azaltacak, geri dönüşümü teşvik edecek ve adil ticaret girişimlerini destekleyecektir. STK'larla işbirliği, sertifikasyon programları ve halkı bilinçlendirme kampanyaları, sürdürülebilirlik çabalarının yönlendirilmesinde çok önemli bir rol oynayacaktır.

Özellikle e-ticaret, yapay zekâ ve otomasyona yapılan yatırımların artmasıyla, teknolojinin benimsenmesi Şili perakende sektörü manzarasının şekillenmesinde önemli bir itici güç olacaktır. Ayrıca, sürdürülebilirlik, sağlık ve kişiselleştirilmiş deneyimlere odaklanmak, gelişen tüketici taleplerini karşılamada çok önemli olacaktır. Pazar, yerli ve yabancı oyuncuların girişine tanık olurken, mevcut perakendeciler ayak izlerini genişletmeye ve operasyonlarını güçlendirmeye devam edecektir.

Şili Pazarına Giriş Stratejileri

Şili pazarına yeni giren ülkemiz gıda ihracatçıları için en iyi pazara giriş stratejilerine yönelik bazı örnek ve öneriler aşağıda yer almaktadır;

1. Pazar Araştırması: Şili gıda pazarını anlamak için tüketici tercihleri, yerel tatlar, kültürel nüanslar ve mevzuat gereklilikleri dahil olmak üzere kapsamlı pazar araştırması yapılmalıdır. Böylelikle, pazardaki potansiyel fırsatlar ve rekabet koşulları belirlenebilir.

2. Ürün Yerelleştirme: Gıda ürünleri Şili pazarının tercihlerine göre uyarlanmalıdır. Yerel tatlar ve kültürel tercihlerle uyumlu lezzetler, içerikler, paketleme ve porsiyon boyutları gibi faktörleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu, mevcut ürünleri değiştirmeyi veya Şili pazarı için yeni ürünler yaratmayı içerebilir.

3. Dağıtım Kanallarının Belirlenmesi: Şili'de yerel ithalatçılar, distribütörler veya yerleşik bir mevcudiyete ve yerel pazar bilgisine sahip perakendeciler gibi uygun dağıtım kanalları belirlenmeli ve bunlarla ortaklıklar geliştirilmelidir. Etkili dağıtım ve pazar giriş sağlamak için bu ortaklarla güçlü ilişkiler kurulmalıdır.

4. Mevzuat ve Regülasyonlara Uyum: Şili'nin yerel gıda mevzuatları ve ithalat gereklilikleri doğru anlaşılmalı ve uyulmalıdır. Ürünlerin Şili yetkilileri tarafından belirlenen tüm etiketleme, paketleme ve kalite standartlarını karşıladığından emin olunmalıdır. Bu, gıda ürünlerinin ithalatı için gerekli sertifikaların ve izinlerin alınmasına katkı sunar.

5. Ticari Organizasyon, Fuar ve Sergiler: Ürünleri sergilemek ve potansiyel alıcılar, distribütörler ve endüstri profesyonelleriyle bağlantı kurmak için Şili'deki ilgili ticari fuarlara, sergilere ve endüstriyel etkinliklere katılım sağlanabilir. Bu etkinlikler, farkındalık oluşturmak, pazar istihbaratı toplamak ve iş bağlantıları kurmak için bir platform sağlarlar.

6. Ağ Oluşturma ve Ortaklıklar: Ağ oluşturma faaliyetlerinde bulunun ve yerel işletmeler, endüstri birlikleri ve devlet kurumlarıyla stratejik ortaklıklar geliştirilebilir. Kilit paydaşlarla ilişkiler kurmak değerli içgörüler sağlayabilir, pazara girişi kolaylaştırabilir ve işbirliği için fırsatlar yaratabilir.

7. Pazarlama ve Promosyon: Şili'de farkındalık yaratmak ve ürünler için talep oluşturmak için hedefli bir pazarlama ve promosyon stratejisi geliştirilebilir. Hedef kitleye etkili bir şekilde ulaşmak için dijital pazarlama, sosyal medya, etkileyici pazarlama ve yerel reklamcılık gibi çeşitli kanallar kullanılabilir.

8. Fiyatlandırma ve Rekabet Analizi: Şili'deki fiyatlandırma stratejilerinin ve rekabet ortamının kapsamlı bir analizi yapılmalıdır. Yerel fiyatlandırma normları, yerel ve uluslararası gıda ihracatçılarının rekabeti ve ürünlerin değer önermesi gibi faktörleri göz önünde bulundurulmalıdır. Kârlılığı korurken ürünleri rekabetçi bir şekilde fiyatlandırmak, pazara başarılı bir giriş için çok önemlidir.

9. Pilot Uygulama ve Pazar Testi: Pazara giriş stratejisini doğrulamak ve müşteri geri bildirimlerine göre gerekli ayarlamaları yapmak için bu yaklaşım yarar sağlayabilir. Şili pazarında bir pilot lansman veya pazar testi aşamasının yürütülmesi tavsiye edilmektedir. Bu aynı zamanda ürün tekliflerini iyileştirmeye ve ürünlere verilen yanıtı ölçmeye yardımcı olacaktır.

10. Sürekli Değerlendirme ve Uyarlama: Şili'deki pazar performansını sürekli olarak izlemeli ve değerlendirmelidir. Pazar eğilimleri, tüketici tercihleri ve mevzuat değişikliklerine ilişkin güncel bilgilere sahip olunmalıdır. Uzun vadede başarı şansını en üst düzeye çıkarmak için stratejileri, ürünleri ve dağıtım kanallarını buna göre uyarlamak gerekmektedir.

Pazara girişin karmaşık bir süreç olduğunu ve sorunsuz bir giriş sağlamak ve riskleri en aza indirmek için Şili pazarında uzmanlığa sahip ticaret uzmanlarından, yerel danışmanlardan ve hukuk danışmanlarından rehberlik almanın çok önemli olduğu belirtilebilir.

Gıda Perakendeciliği Yapısı ve Özellikleri

Şili perakende sektörü, büyük süpermarketler, orta ölçekli marketler, marketler ve binlerce küçük bağımsız mom-and-pop dükkânından oluşur. Şili süpermarket zincirleri, mağazalarında ürün tedarik etmek için iki sistem kullanır; tedarikçilerin ürünleri doğrudan her mağazaya teslim ettiği tedarikçiler aracılığıyla dağıtım ve tedarikçilerin ürünleri daha sonra her mağazaya tedarik eden bir dağıtım merkezine teslim ettiği bir merkezi dağıtım. Gıda perakende sektörü için ithal gıda ve içecek ürünleri Şili'ye aşağıdaki kanallardan girebilir;

Doğrudan ithalat: Büyük süpermarket zincirleri, doğrudan yabancı üreticilerden ve/veya ihracatçılardan ithalat yapar ve toptancı süpermarketlerin çoğuna sahip olup, daha sonra bunları daha küçük mağazalara yeniden dağıtırlar. Tüm ülkeye tedarik sağlayan büyük dağıtım merkezleri işletilmektedir.

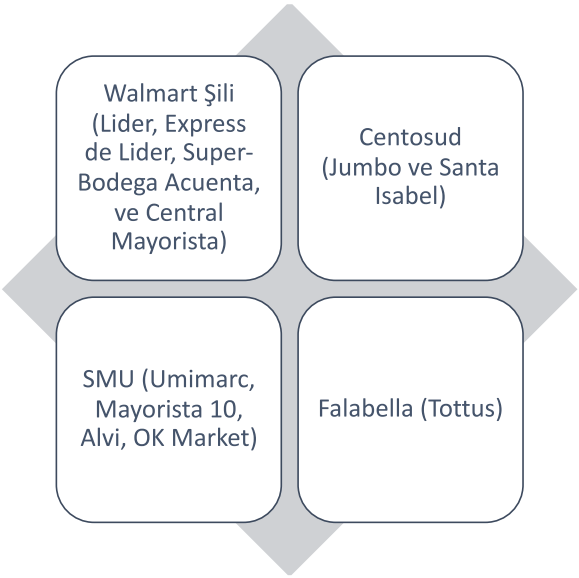
Dolaylı ithalat: Distribütörler ve toptancılar, perakende mağazalara dağıtmak için ürünleri ithal ederler.

Bağımsız mağazaların çoğu ürünlerini toptancılardan indirimli fiyatlarla satın almaktadır. Küçük mağazalar komple konteynerleri ithal edemedikleri veya bunu yapacak lojistik kapasiteye sahip olmadıkları için aracılara ihtiyaç duyarlar.

Süpermarketler:

Şili'nin ana süpermarket grupları;

- Walmart Chile, Líder, Express de Lider ve SuperBodega ACuenta markaları altında yaklaşık 480 mağaza işletmektedir. Walmart Chile, 2022 yılında toplam perakende değerinin yaklaşık %20'lik pazar payıyla gelir açısından Şili'deki en büyük süpermarket zinciridir. Walmart Chile, Líder markasıyla pazara hakim olmaya devam etmektedir. Şili, bir milyon metrekarelik satış alanıyla Walmart'ın Güney Amerika'da faaliyet gösterdiği tek ülkedir. Walmart ayrıca gıda ürünlerinde %50'nin üzerinde pazar payıyla pazardaki en güçlü private-label programına sahiptir.
- Cencosud, Jumbo ve Santa Isabel markaları altında yaklaşık 258 hipermarket ve süpermarket işleten Şili'deki en büyük ikinci oyuncudur. Cencosud, 2022 yılı verilerine göre toplam perakende değerinin %17,3'üne sahiptir. Cencosud, Brezilya, Peru, Kolombiya, Arjantin ve Amerika Birleşik Devletleri'nde de faaliyet gösteren Şilili çok uluslu bir şirkettir. 2022 yılında Cencosud, 160 mağazası ve 314.438 metrekare showroomu olan ABD süpermarket zinciri The Fresh Market'in %67'sini satın almıştır. Jumbo, süpermarket zincirinde en geniş ithal ürün çeşitliliğine sahip olmasıyla öne çıkmaktadır. Private-label ürünlerin yanı sıra ithal markaların da gelişmesi Jumbo'ya süpermarket sektöründe büyük bir farklılaşma sağlamaktadır.
- SMU, Unimarc markası altında 285 mağaza ile üçüncü büyük süpermarket zinciridir. SMU, 2022 yılında perakende sektöründe %11,1'lik pazar payına sahiptir. Ayrıca, Şili'nin on altı farklı bölgesinin tamamında faaliyet gösteren tek süpermarket zinciridir. SMU ayrıca Peru'da faaliyet göstermektedir.
- Falabella'nın sahibi olduğu Tottus, 72 hipermarket ve süpermarket işleten dördüncü büyük perakende zinciridir. 2022 yılı itibari ile perakende satış değerinin %4,1'ine sahiptir. Tottus, Peru'da da faaliyet göstermektedir.



Şekil. Başlıca Şili Gıda Perakendecileri

Toptan Perakendeciler ve İndirim Toptancıları:

Bu tür mağazalar, en yaygın ürünleri toptan fiyatlarla sunar. Mağaza başına ortalama farklı ürün sayısı 4.700 ila 5.300 adettir. Ağırlıklı olarak Walmart Chile ve SMU gibi büyük perakendeci zincirlerinin sahip olduğu yaklaşık 206 toptan indirim mağazası bulunmaktadır. Şili toptancıları ve indirim toptancı mağazalar;

- SMU'ya bağlı olan Mayorista 10, ClubAlvi Mayorista ve Super 10
- Walmart Şili'ye bağlı Central Mayorista
- Diğer toptan satış mağazaları La Oferta ve La Caserita.

Kolaylık Marketleri:

2022 yılında Şili'deki kolaylık market ve mağazaları istikrarlı bir büyüme yaşamış ve şehirli tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada hayati bir rol oynamaktadır. Marketler, elverişli konumları, uzun çalışma saatleri ve hızlı alışveriş deneyimi nedeniyle tüketiciler arasında popüler hale gelmiştir. Ürün çeşitliliği ortalama olarak yaklaşık 1.100 SKU'dur ve çok çeşitli atıştırmalıklar, içecekler, temel bakkaliye, kişisel bakım ürünleri, tüketime hazır yemekler, unlu mamuller içerirler. Gelişen tüketici tercihlerine yanıt olarak, birçok market, daha sağlıklı atıştırmalık seçenekleri, taze ürünler ve hazır yemekleri satışa arz etmeye başlamışlardır. Şili'deki kolaylık marketleri sektörü, 2022 yılının önde gelen oyuncuları olan Oxxo, OK Market ve Pronto gibi büyük oyuncuların ağlarını genişletmesi ve genel alışveriş deneyimini geliştirmek için mağaza düzenlerini optimize etmesiyle rekabet gücünü korumuştur. Cencosud'dan Spid, Santiago'da dokuz mağaza açan ve Şili'nin farklı şehirlerinde online satış yapan yeni bir oyuncudur.

Marketlerin çoğu ülke genelindeki benzin istasyonlarının içinde yer almaktadır. Bir içecek veya atıştırmalık için hızlı bir mola yeri olarak hizmet ettikleri için, kırsal kesimde hareket eden gezginler için ve tatil sezonunda popülerdirler. Benzin istasyonlarında bulunan en büyük kolaylık marketleri;

- Spacio 1, Petrobras tarafından işletilmektedir,
- Copec tarafından işletilen Pronto ve Punto,
- Upa! Shell tarafından işletilmektedir.

Çevrimiçi Satışlar ve Siparişe Bağlı Dağıtım Kanalları:

Şili'de çevrimiçi market satışı sunan başlıca uygulamalar;

- Cornershop, kişisel müşterilerle talep üzerine market alışverişi teslimatı hizmeti sunar. Temmuz 2020 yılında Uber Technologies, Inc., Cornershop'u satın almıştır.
- Uruguay'dan PedidosYa, restoran teslimat hizmetleri ve talep üzerine market alışverişi sunmaktadır.
- Kolombiya'dan Rappi, restoran teslimat hizmetleri ve talep üzerine market alışverişi sunmaktadır.
- ABD'den UberEats, restoran teslimatları odaklı faaliyet göstermektedir.

Bazı Şili süpermarketleri kendi çevrimiçi market teslimat mağazalarını hayata geçirmiştir. Walmart Chile, bir teslim alma ve teslimat hizmeti olan Lider.cl'yi devreye almıştır. Jumbo, Cornershop'a benzer teslimat hizmetleri sunan, talebe dayalı teslimat platformu Jumbo.cl'yi geliştirmiştir. SMU, Unimarc.cl'yi ve Tottus, Fazil.cl'yi hayata geçirmiştir.

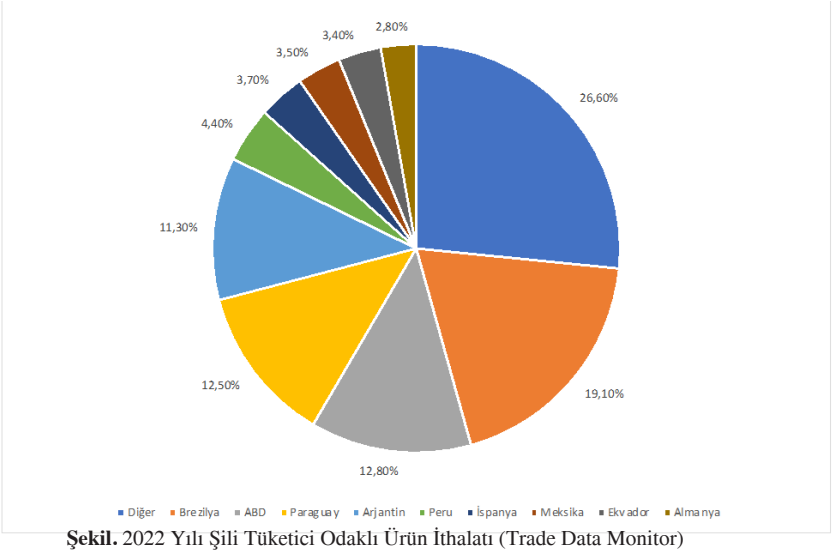
Mom-and-Pop Mağazalar :

Geleneksel market perakendecileri, Şili genelinde toplam 243.000 mağaza ve 420.000 kişiyi istihdam eden Şili'nin en yaygın mağaza biçimidir. Bu mağazalar, Şili'nin gıda perakende satışlarının %40'ını oluşturmaktadır. Bu mağazaların temel özelliği, ağırlıklı olarak gıda, temizlik ve içecek ürünlerini orta ve dar gelirli kesimlerin tüketim ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak sunmalarıdır. Bu mağazalar, düzenli müşterileriyle güçlü ilişkiler kuran sahipleri ve çalışanları ile samimi ve tanıdık atmosferleriyle tanınırlar.

Şili'de Mom-and-Pop marketlerin gelişmeye devam etmesinin nedenlerinden biri, yerel toplumun özel ihtiyaçlarına uyum sağlama yetenekleridir. Genellikle, bulundukları bölgede yaşayanlar tarafından yüksek talep gören ve konuma bağlı olarak değişebilen ürünleri stoklarlar. Ek olarak, birçok Mom-and-Pop market, sadık müşterilere kredili veya gayri resmi ödeme düzenlemeleri sunarak, veresiye mal satın almalarına ve daha sonra ödeme yapmalarına olanak tanır. Ürünlerin %96,39'u bakkaliye, paketli gıda ve şekerleme, %93,98'i temizlik ürünleri, %87,75'i ekmek ve soğuk etler, %86,75'i içecek ve alkol satmaktadırlar. Bu bağımsız mağazaların çoğu ürünlerini toptancılardan indirimli fiyatlarla alırlar. Bu perakendeciler genellikle ithal ambalajlı ürünleri satışa sunmamaktadır. Asociación Chilena de Ferias Libres'e (Şili Açık Pazarlar Derneği) göre, açık pazarlar Şili'deki yerel meyve ve sebze üretiminin yüzde 70'ini dağıtım ve satışını gerçekleştirmektedirler.

Şili Gıda Pazarında Rakip Ülkeler ve Rekabet

Şili pazarı için başlıca rakip ülkeler olarak Kuzey ve Güney Amerika ülkeleri ile İspanya ve Almaya belirtilebilir. ABD'nin Şili'ye tarımsal ihracatı, 2021 yılına göre %9,2 düşüşle 2022 yılı toplam 1,1 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. ABD, %11 pazar payına sahip olarak Arjantin ve Brezilya'nın ardından Şili'nin üçüncü en büyük tarım ve ilgili ürün tedarikçisidir. Brezilya, %19,1'lik pazar payıyla tüketici odaklı ürünlerin en büyük tedarikçisi olmuştur. Brezilya'nın Şili'ye yaptığı en büyük ihracat sığır eti, kümes hayvanları, domuz eti, çikolata (kakao ürünleri) ve evcil hayvan mamasıdır. Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya'nın ardından %12,8'lik pazar payıyla Şili'ye tüketici odaklı ürünlerin ikinci büyük tedarikçisidir. Ana ABD ihracatı süt ürünleri, bira, çorba ve diğer gıda müstahzarları, çeşniler ve soslar, sığır eti, kümes hayvanları, evcil hayvan yemi ve domuz etidir. Paraguay, %12,5 pazar payı ile Şili'nin üçüncü büyük tüketici odaklı ürün tedarikçisi konumunda. Paraguay'ın Şili'ye ana ihracatı sığır etidir. Arjantin, %11,3'lük pazar payıyla Şili'nin dördüncü büyük tüketici odaklı ürün tedarikçisidir. Arjantin'in Şili'ye yaptığı başlıca ihracat ürünleri arasında sığır eti, süt ürünleri, evcil hayvan yemi, unlu mamuller ve makarna ve kümes hayvanları yer almaktadır.



Şekil. 2022 Yılı Şili Tüketici Odaklı Ürün İthalatı (Trade Data Monitor)

1. Piyasada Bulunan ve İyi Satış Potansiyeli Olan Ürünler
   - Bitkisel Yağlar
   - Damıtılmış içkiler
   - Köpek ve Kedi Maması
   - Uçucu yağlar
   - Bira
   - Çikolata ve Kakao Ürünleri
   - Süt Ürünleri
   - Sığır Eti ve Et Ürünleri
   - Yemişler
   - Çeşniler ve Soslar
   - Unlu Mamulleri, Tahıllar ve Makarna
2. Önemli Miktarda Olmayan Ancak Satış Potansiyeli İyi Olan Ürünler
   - Soya Yağı
   - Sığır Eti ve Domuz Sosisleri
   - Taze sebzeler
   - Şeker, Tatlandırıcılar ve İçecek Bazları
   - Yumurta ve Ürünleri
   - Şekerleme
   - Bakliyat
   - İşlenmiş Meyve

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar - milyar $)	316,67	300,73	358,56	375,7	390,64	405,4	422,35	441,44
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	11,7	2,4	-1	1,9	2,2	2,2	2,4	2,5
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari Fiyatlar - $)	16 060	15 095	17 827	18 510	19 072	19 613	20 248	20 971
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	4,5	11,6	7,9	4	3	3	3	3
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-7,3	-9	-4,2	-3,8	-3,2	-3,2	-3	-3
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı(%)	8,9	7,9	8,3	7,9	7,7	7,4	7,2	7,2
Nüfus (milyon)	19,72	19,92	20,11	20,3	20,48	20,67	20,86	21,05
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	36,3	38	36,6	38,5	39,4	39,9	39,3	38,5

*Tahmini veriler Kaynak: IMF

Siyasi istikrar, ticaret serbestisi, kişi başı gelir, yaşam standardı, basın özgürlüğü, şeffaflık ve rekabetçilik açısından Latin Amerika'nın önde gelen ekonomilerinden olan Şili'nin finans sistemi de oldukça gelişmiştir. Şili, Latin Amerika'da kredi notunu 25 yıldır A'da tutmayı başarabilen tek ülkedir.

Şili ithal ikameci ekonomi politikalarını 1970'lerin ortasında, diğer Latin Amerika ülkelerinden yaklaşık on yıl önce terk etmiş ve liberal ekonominin uygulanması doğrultusunda önemli adımlar atmıştır. Bu durum, üretim artışını ve rekabeti beraberinde getirmiş, madencilik ve balıkçılık başta olmak üzere geleneksel ihracat endüstrilerinde büyüme kaydedilmiştir. Aynı zamanda, selüloz, meyve, somon, ağaç ürünleri, şarapçılık ve metanol gibi yeni sektörlerde, hava ve gemi taşımacılığı ve turizm gibi hizmet sektörlerinde gelişme sağlanmıştır.

İhracat gelirlerinin %40'ını madencilikten, milli gelirin ise üçte birini bakırdan elde eden Şili'nin en büyük madencilik şirketi olan Codelco, tek başına dünya bakır üretiminin %10'unu gerçekleştirmektedir. GSYİH'nin %12'sini oluşturan ve ülkedeki işgücünün %12'sine istihdam sağlayan imalat sanayinde 2009 yılı krizinde meydana gelen gerilemede sektörün küçük ve orta ölçekli şirketlerden oluşması etkili olmuş, hükümet tarafından bu üreticilere vergi kolaylıkları tanınmıştır. Kriz nedeniyle ülkenin en önemli sektörlerinden olan işlenmiş meyve-sebze ve şarap ihracatı da gerilemiştir. Hayvancılık ve balıkçılık sektörlerinin gelişmiş olduğu Şili'de işgücünün %10'u tarım sektöründe istihdam edilmektedir. Ülkede petrol üretimi 20 yıldır azalmakta olup, doğal gaz üretimi de tüketimi karşılayacak düzeyde değildir.

Ekonomik faaliyetler özellikle ülkenin orta kısmında yoğunlaşmıştır. Ülke nüfusunun %40'ını nüfusun %10'unu oluşturmaktadır. Kuzeyde madencilik sektörünün gelişimi; güneyde somon yetiştiriciliği, turizm ve metanol üretimi, ekonomik faaliyetlerin ülke geneline yayılmasını sağlamıştır.

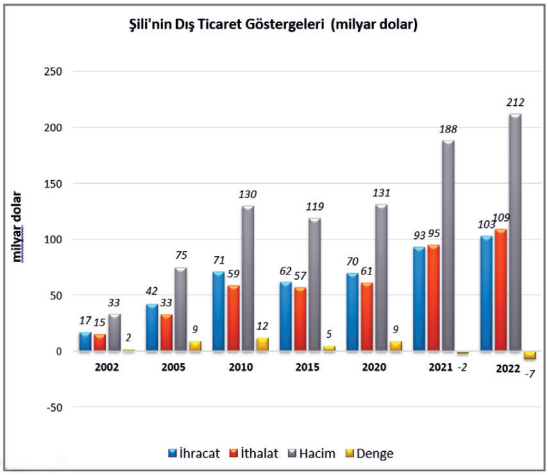
Latin Amerika'da, serbest piyasa ekonomisi modelini benimsemiş, ekonomik ve siyasi istikrara sahip yapısıyla ön plana çıkan Şili, sahip olduğu doğal kaynak zenginliği, kişi başına gelirin göreli olarak yüksekliği, düşük dış borç/GSYİH Oranı ile Latin Amerika'nın en müreffeh ülkelerinden biri olmaya devam etmektedir.

Başlıca ticaret partnerleri ile imzalanan Serbest Ticaret Anlaşmaları neticesinde ticaret daha da liberal hale gelmiş ve doğrudan yabancı sermaye girişi hızla artmıştır.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Ülkenin Dış Ticareti



Kaynak: Trademap

Şili ekonomisi büyük ölçüde dış ticarete dayalı bir yapı arz etmektedir. Halihazırda, dünyanın en çok Serbest Ticaret Anlaşmasına sahip olan Şili, dünya ticaretine, farklı kapsam ve özellikteki ikili ve çoklu tercihli ticaret düzenlemeleri yoluyla entegre olmuştur. Dünya üzerinde 4.3 Milyarlık tüketiciye erişim imkânı sunan bir ticari üs niteliğindedir. Dünya gayri safi hasılasının %86.3'ünü, dünya nüfusunun %63'ünü temsil eden 64 ülke ile 26 Serbest Ticaret Anlaşması yürürlükte olan Şili, dış ticaretinin %60'ını temsil eden Serbest Ticaret anlaşmalarının yeniden müzakere edilmesi yönündeki çalışmalarını 2017 yılından itibaren hızlandırmıştır.

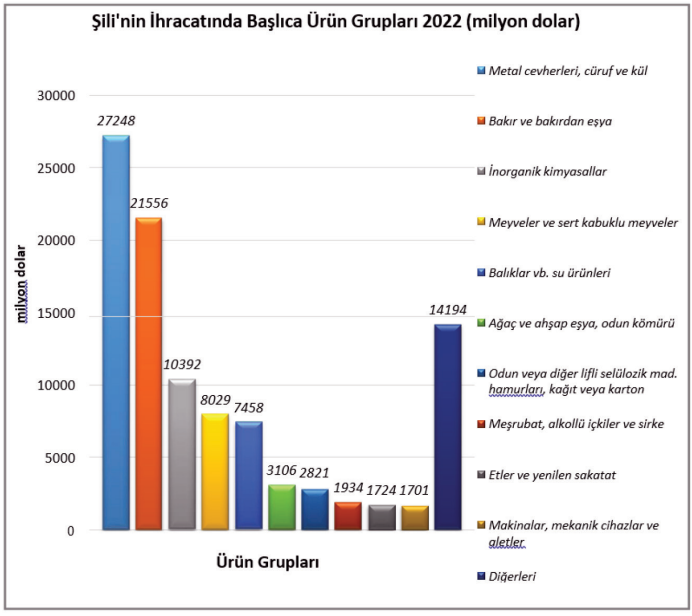
Küresel ekonomik krizin olumsuz etkilerine rağmen yıllardır dış ticaret fazlası veren Şili'nin 2012 ve 2013 yıllarında dış ticareti açık vermiş, ancak 2014 yılında yeniden toparlanma gerçekleşmiştir. Ülkenin 2020 yılındaki dış ticaret hacmi pandemi nedeniyle 131 milyar USD'ye gerilemiştir. 2020 yılında Şili'nin ihracatı 70 milyara USD, ithalatı da 61 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılında ise Şili'nin dış ticaret hacmi % 13 artarak 212 milyar USD olmuştur.

Ülkenin dünyaya ihracatında en önemli ürün grupları sırasıyla metal cevherleri, b ve bakırdan eşya, su ürünleri, meyveler, kağıt ürünleri, ahşap eşya, kimyasal ürünler, alkolsüz içeceklerdir.

Ülkenin dünyadan ithalatında en önemli ürün grupları sırasıyla makine ve aksamı, mineral yakıtlar, elektrikli makinalar, motorlu kara taşıtları, plastik mamulleri, eczacılık ürünleri, et ürünleri, demir çelik ve demir çelikten eşya, medikal cihazlardır.

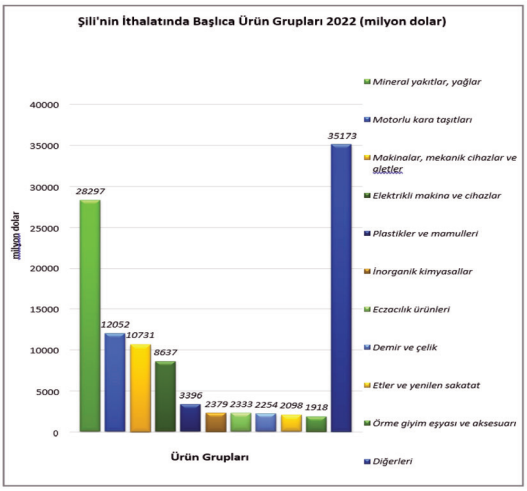
Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

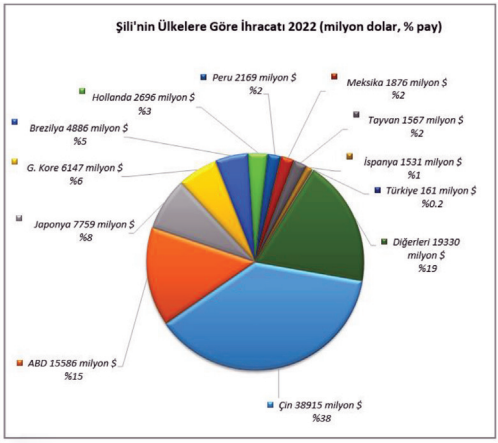
İthalat



Kaynak: Trademap

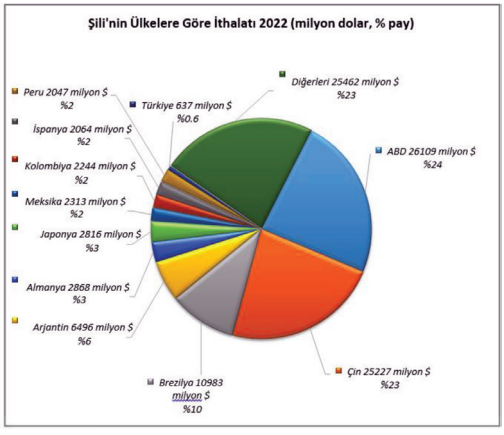
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Latin Amerika'nın en dışa açık ve istikrarlı ekonomilerinden biri olan Şili, yaklaşık 17,5 milyonluk nüfusu ile küçük bir pazar görünümünde olmasına rağmen, ülkenin son yıllarda yürüttüğü dışa açılım politikalarının etkisiyle pazarda rekabet oldukça yoğundur. Şeffaf ve etkin bir devlet mekanizmasına ve yaygın dış ticaret kültürüne sahip bulunan Şili, iş yapma kolaylığı bakımından da bölge ülkeleri arasında öne çıkmaktadır.

Siyasi ve ekonomik açıdan bölgenin en istikrarlı ülkelerinden olan Şili'de yerli ve yabancı yatırımcılar arasında ayrımcılık yapılmamakta, yatırımcılara güvenilir bir yatırım ortamı sunulmaktadır. Bu durum yabancı sermayeyi oldukça artırmış olup, küresel krizlere rağmen ülkeye yabancı sermaye girişi hız kesmemiştir. Son yıllarda artan DYY girişleri, Şili'nin ekonomik büyümesinde ve gelişmesinde önemli rol oynamış; rekabetçilik, teknolojik gelişim ve bilgi birikimi de sağlamıştır.

- 2021 yılı insani gelişmişlik endeksine göre dünyada 191 ülke arasında Şili 42. sıradadır. (İsviçre 1. Türkiye 48.) (UN-2023)
- 2022 yılı ekonomik serbestlik endeksine göre Şili, dünyada 176 ülke arasında 22. sıradadır. (Singapur 1. Türkiye 104.) (The Heritage Foundation-2023)
- Küresel rekabetçilik açısından 2019 yılı verilerine göre dünyadaki 141 ülke arasında Şili 33. sıradadır. (Singapur 1. Türkiye 61.) (World Economic Forum-2023)
- 2020 verilerine göre iş yapma kolaylığı açısından Şili, dünyada 190 ülke arasında 59. sıradadır. (Yeni Zelanda 1. Türkiye 34.) (Dünya Bankası-2023)

Şeffaf ve etkin bir devlet mekanizmasına ve yaygın dış ticaret kültürüne sahip bulunan Şili GSYİH'sinin %4,6'sının oluşturduğu tahmin edilen doğrudan yabancı yatırımlar, ülkenin ekonomik gelişiminde önemli bir role sahiptir. Şili'nin birden fazla bölgesine yönelen yatırımlar çoğunlukla enerji, telekomünikasyon ve finans sektörlerindeki projelerden oluşmaktadır.

UNCTAD verilerine göre Şili, 2021 yılında 13 milyar USD ile doğrudan yabancı yatırım çeken ülkeler arasında 28. sıradadır. 2019-2021 yılları döneminde toplam doğrudan yabancı yatırım miktarı 38 milyar USD olan Şili, 2021 yılında 180 milyar USD'lik toplam yabancı sermaye stoku ile dünyada 38. Sırada görünmektedir.

Serbest Bölgeler

Şili'de biri kuzey limanındaki Iquique (Bölge I) ve diğeri bir güney şehri olan Punta Arenas (Bölge XII) olmak üzere iki adet serbest bölge bulunmaktadır. Bu bölgelerde kurulu olan imalat şirketleri kurumlar vergisinden, KDV ve gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Reeksport edilecek mallar vergiden muaf olmakla beraber, Şili piyasasında satılacak ürünler %19 oranında KDV'ye ve bölgeden çıkarılırken ithalat vergisine tabidir (yakın bölgelere yapılacak satışlar üzerinden CIF değerinin %0,8'i oranında alınan düşük vergiler hariç olmak üzere). Aynı istisnai hükümler Arica'da (Bölge XV) bulunan ve 2007 yılında kurulan Chacalluta ve Las Americas Sanayi Parklarındaki imalatçılar için de geçerlidir. Madencilik, balıkçılık ve finansal hizmetler gibi sektörlerde serbest bölge ayrıcalıkları uygulanmamaktadır. Serbest bölgelerde kurulu yönetim şirketleri gümrük tarifesi, KDV ve diğer ithalat vergileri, Gelir Vergisi Kanunu'nda gösterilen ilk kategori gelir vergisinden ve serbest bölgedeki faaliyetlerinde kullandıkları mal ve hizmetler üzerinden alınan KDV'den muaftırlar.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

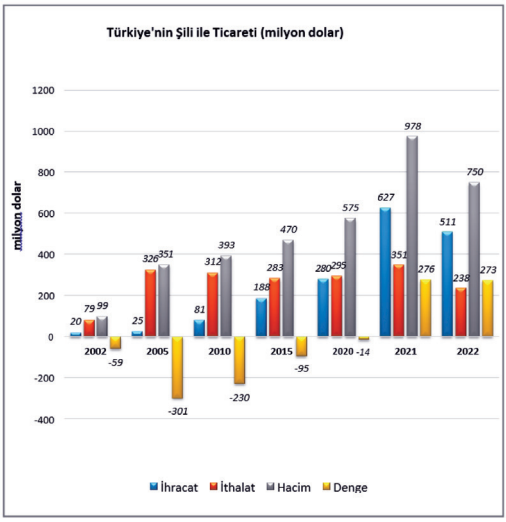
Genel Durum

Türkiye ile Şili, birbirinden çok uzak coğrafyalarda yer almasına rağmen, iki ülke halkı arasında özel bir sempati vardır. 1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ni ilk tanıyan Latin Amerika ülkesi Şili olmuştur. Bu davranış Türkiye'de, Şili ulusunun milli bağımsızlığa ve ülkeler arasındaki dostluğa verdiği değerin somut bir ifadesi olarak kabul edilmiş ve her iki ülke arasında 1926 yılında imzalanan Dostluk Anlaşması ile ikili ilişkilerin sağlam temelleri oluşturulmuştur. İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ise 1970'li yıllarda başlamıştır.

Coğrafi uzaklık, doğrudan uçak seferlerinin olmaması gibi işadamlarının karşılıklı ziyaretlerini kısıtlayan etmenlere rağmen, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerde ve temaslarda artış trendi yakalanmış ve karşılıklı olarak firmaların pazara ilgisinde olumlu yönde gelişmeler olmuştur.

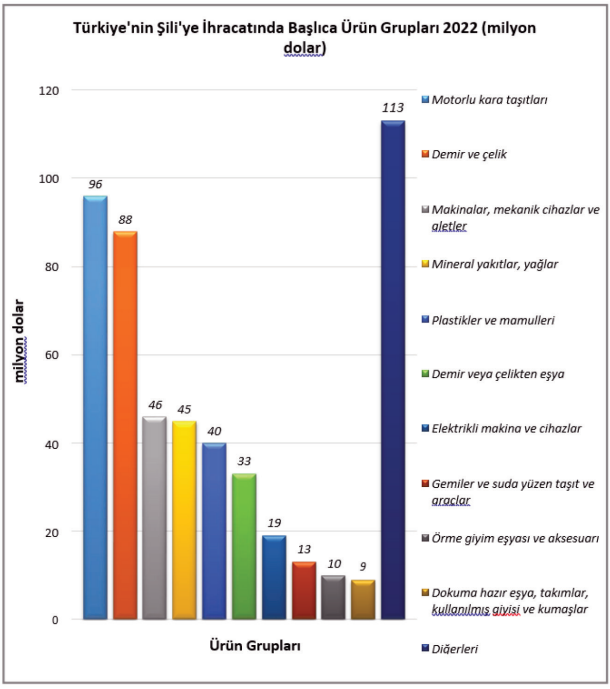
Türkiye ile Şili arasındaki ticaret yıllar itibarıyla incelendiğinde, söz konusu ülkeye gerçekleştirilen ihracatın 2009-2013 yılları arasında düzenli olarak arttığı, iki ülke arasındaki ticaret hacmi 2015 yılı itibarıyla 470 milyon USD olup, ülkemiz aleyhindeki dış ticaret açığının aynı yıl %42,6 düşüşle yaklaşık 95 milyon USD düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. 2016 yılında ise ticaret hacmimizdeki %4 oranında gerileme ithalatımızdaki % 18 dolaylarındaki düşüşten kaynaklanmıştır. Aynı dönemde ihracatımız %16 oranında artmıştır. 2018 yılı verilerine göre, ise, 2018 yılı sonu itibarıyla Şili'ye ihracatımız 386 milyon USD, Şili'den ithalatımız ise 371 milyon USD düzeyine erişmiş olup iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi bir önceki yıla göre, %45.3 artarak 757 milyon USD yükselmiştir. İhracatta, bir önceki yıla göre artış %51.7 olup ülkemiz, iki ülke arasında Serbest Ticaret Anlaşmasının yürürlüğe girdiği tarihten bu yana, ilk defa Şili ile ikili ticarette dış ticaret fazlası verir hale gelmiştir. (DIRECON verilerine göre, iki ülke arasında 2017 yılında 520 milyon USD düzeyinde gerçekleşmiş bulunan dış ticaret hacmi 2018 yılında 757 milyon USD yükselmiş, 2018 yılında Türkiye, Şili'nin en büyük 18. ticaret partneri olmuştur. İki ülke arasındaki dış ticaret hacmi, Şili'nin Panama, Malezya, Avustralya ve P4 ülkeleri ile olan ticaret hacminin önünde yer almaktadır. 2021 yılında Şili'ye olan ihracatımız %123 artarak 627 milyon USD olarak gerçekleşmiştir. Ticaret hacmi de bir önceki yıla göre %70 artarak 978 milyon USD olmuştur. 2022 yılında Şili'ye olan ihracatımız %19 azalarak 511 milyon USD olmuştur.

Türkiye-Şili Dış Ticaret



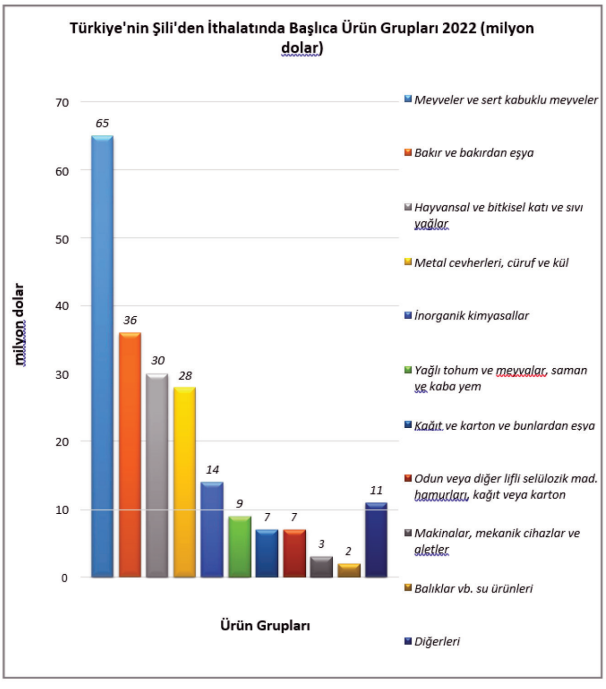
Kaynak: Trademap Türkiye Verileri

Türkiye'nin Şili'ye İhracatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Şili'den İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK-1: Şili'nin İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**69 964 786**	**92 887 987**	**102 625 791**	**100**	**10,5**
1.	2603	Bakır cevherleri ve konsantreleri	17 475 792	26 659 152	23 051 192	22,5	-13,5
2.	7403	Rafine edilmiş bakır ve bakır alaşımları (ham)	13 516 454	20 175 397	18 298 895	17,8	-9,3
3.	2836	Karbonat; peroksikarbonat; amonyum karbomat içeren ticari amonyum karbonat	681 648	887 521	7 592 121	7,4	755,4
4.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	2 548 343	3 092 718	3 911 883	3,8	26,5
5.	7402	Rafine edilmemiş bakır; elektrolitik rafine için bakır anotları	1 837 099	2 495 846	2 689 254	2,6	7,7
6.	4703	Sodalı veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	2 035 236	2 365 930	2 573 012	2,5	8,8
7.	0809	Kayısı, kiraz, şeftali, erik ve çakal eriği (taze)	1 537 400	2 051 518	2 510 362	2,4	22,4
8.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	1 529 532	1 556 057	2 057 850	2	32,2
9.	2204	Taze üzüm şarabı (kuvvetlendirilmiş şaraplar dahil) ve üzüm şırası	1 827 656	1 968 328	1 911 130	1,9	-2,9
10.	0806	Üzümler (taze/kurutulmuş)	1 057 757	954 270	1 861 705	1,8	95,1
11.	2613	Molibden cevherleri ve konsantreleri	1 247 170	1 608 870	1 840 999	1,8	14,4
12.	2601	Demir cevherleri ve konsantreleri	1 423 174	2 360 113	1 646 955	1,6	-30,2
13.	2801	Flor, klor, brom ve iyot	662 322	606 287	1 104 663	1,1	82,2
14.	0302	Balıklar (taze veya soğutulmuş)	550 020	853 077	1 056 543	1	23,9
15.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç;kalınlık > 6 mm	731 894	927 931	1 029 065	1	10,9

Kaynak: Trademap

EK – 2 : Şili'nin İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**61 395 860**	**95 168 456**	**109 265 633**	**100**	**14,8**
1.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	3 922 403	7 528 577	15 174 810	13,9	101,6
2.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	2 645 835	4 751 364	5 564 400	5,1	17,1
3.	8703	Otomobiller	1 841 954	4 037 841	5 076 425	4,6	25,7
4.	2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	2 153 844	3 444 192	4 297 306	3,9	24,8
5.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	1 560 160	3 275 382	3 833 490	3,5	17
6.	2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	877 952	1 702 236	3 019 125	2,8	77,4
7.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar	2 019 406	2 941 853	2 653 896	2,4	-9,8
8.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	1 299 107	2 149 152	1 519 168	1,4	-29,3
9.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	1 120 779	1 329 608	1 315 839	1,2	-1
10.	8501	Elektrik motorları ve jeneratörler [elektrik enerjisi üretim (elektrojen) grupları hariç]	1 107 683	1 079 771	1 277 908	1,2	18,3
11.	0201	Sığır eti (taze/soğutulmuş)	949 362	1 466 842	1 257 421	1,2	-14,3
12.	2807	Sülfürik asit ve oleum	232 706	412 112	1 006 210	0,9	144,2
13.	1005	Mısır	627 406	771 426	939 281	0,9	21,8
14.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirleri vb	426 248	839 068	896 044	0,8	6,8
15.	8701	Traktörler	266 706	647 397	851 900	0,8	31,6

Kaynak: Trademap

EK-3 : Şili'nin Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**69 964 786**	**92 887 987**	**102 625 791**	**100**	**10,5**
1.	Çin	25 260 481	34 575 311	38 915 397	37,9	12,6
2.	ABD	10 176 267	15 774 702	15 586 384	15,2	-1,2
3.	Japonya	5 988 085	7 076 757	7 759 382	7,6	9,6
4.	G. Kore	4 072 809	4 747 483	6 147 435	6	29,5
5.	Brezilya	3 197 942	4 675 638	4 886 408	4,8	4,5
6.	Hollanda	1 312 147	1 505 738	2 696 076	2,6	79,1
7.	Peru	1 749 620	1 792 998	2 169 458	2,1	21
8.	Meksika	1 134 827	1 480 146	1 876 145	1,8	26,8
9.	Tayvan	1 183 359	1 946 776	1 567 165	1,5	-19,5
10.	İspanya	1 174 234	1 737 828	1 531 344	1,5	-11,9
11.	Kanada	955 239	1 264 745	1 419 328	1,4	12,2
12.	Hindistan	812 180	1 086 813	1 282 096	1,2	18
13.	Kolombiya	701 451	845 789	1 142 282	1,1	35,1
14.	Almanya	964 402	1 215 363	1 095 914	1,1	-9,8
15.	Arjantin	711 686	877 929	1 061 236	1	20,9
…	…	…	…	…	…	…
36.	**Türkiye**	**229 645**	**234 129**	**160 810**	**0,2**	**-31,3**

Kaynak: Trademap

EK-4: Şili'nin Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**61 395 860**	**95 168 456**	**109 265 633**	**100**	**14,8**
1.	ABD	12 275 861	18 772 446	26 109 001	23,9	39,1
2.	Çin	15 783 719	26 373 652	25 227 027	23,1	-4,3
3.	Brezilya	4 718 041	8 165 599	10 983 004	10,1	34,5
4.	Arjantin	3 577 401	5 565 503	6 495 845	5,9	16,7
5.	Almanya	2 319 164	3 382 755	2 868 269	2,6	-15,2
6.	Japonya	1 067 341	2 026 460	2 816 008	2,6	39
7.	Meksika	1 683 405	2 492 823	2 313 115	2,1	-7,2
8.	Kolombiya	1 219 804	1 574 540	2 243 675	2,1	42,5
9.	İspanya	1 475 292	2 228 650	2 063 632	1,9	-7,4
10.	Peru	1 161 549	1 816 807	2 047 147	1,9	12,7
11.	G. Kore	1 077 847	1 700 531	1 814 988	1,7	6,7
12.	İtalya	1 136 919	1 526 464	1 582 187	1,4	3,7
13.	Hindistan	776 625	1 331 594	1 506 268	1,4	13,1
14.	Fransa	912 424	1 245 140	1 388 158	1,3	11,5
15.	Ekvator	999 474	1 325 265	1 376 985	1,3	3,9
…	…	…	…	…	…	…
23.	**Türkiye**	**357 152**	**645 430**	**636 961**	**0,6**	**-1,3**

Kaynak: Trademap

EK-5: Türkiye'nin Şili'ye İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**280 428**	**627 361**	**511 252**	**100**	**-18,5**
1.	8704	Esya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	11 667	46 560	53 979	10,6	15,9
2.	7214	İnşaat demiri	12 415	132 702	53 562	10,5	-59,6
3.	2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	0	0	41 722	8,2	0
4.	3916	Plastikten monofiller, ince ve kalın çubuklarve profiller (enine kesitinin en geniş yeri > 1mm)	10 465	24 482	20 051	3,9	-18,1
5.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	12 028	24 586	16 610	3,2	-32,4
6.	8702	10 veya daha fazla kişi taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	10 338	20 428	16 333	3,2	-20
7.	7311	Demir veya çelikten sıkıştırılmış veya sıvı hale getirilmiş gazlar için kaplar	3 944	5 374	15 636	3,1	191
8.	8904	Römorkörler ve itici gemiler	0	6 186	13 001	2,5	110,2
9.	8703	Otomobiller	4 199	2 195	11 181	2,2	409,4
10.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	5 515	10 443	9 982	2	-4,4
11.	7213	Demir veya alaşımsız çelikten filmaşin (sıcak haddelenmiş, kangal halinde)	4 753	22 324	8 611	1,7	-61,4
12.	7308	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı, inşaatta kullanılmak üzere hazırlanmış demir veya çelikten sac, çubuk, vb.	10 230	11 975	7 841	1,5	-34,5
13.	8507	Elektrik akümülatörleri (bunların separatörleri dahil)	3 314	9 128	7 801	1,5	-14,5
14.	8429	Buldozerler, greyderler, toprak tesviye makinaları, skreyperler, mekanik küreyiciler, ekskavatörler, yol silindirleri vb	4 796	8 834	7 423	1,5	-16
15.	2807	Sülfürik asit ve oleum	0	0	7 239	1,4	0

Kaynak: Trademap

EK 6: Türkiye'nin Şili'den İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**294 600**	**350 924**	**238 387**	**100**	**-32,1**
1.	0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş)	28 035	47 344	53 610	22,5	13,2
2.	7403	Rafine edilmiş bakır ve bakır alaşımları (ham)	94 006	139 140	36 344	15,2	-73,9
3.	2603	Bakır cevherleri ve konsantreleri	65 804	83 244	28 258	11,9	-66,1
4.	1504	Balıkların veya deniz memelilerinin katı ve sıvı yağları	20 276	14 180	27 821	11,7	96,2
5.	0813	Meyve (kurutulmuş) (0801, 0806'de kiler hariç)08. fasıldaki sert ve kabukluların karışımları	2 653	5 696	9 516	4	67,1
6.	2834	Nitritler; nitratlar	21 179	12 728	8 523	3,6	-33
7.	1209	Ekim amacıyla kullanılan tohum, meyve ve sporlar	8 898	9 406	7 153	3	-24
8.	4703	Sodalı veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	3 025	1 432	7 093	3	395,3
9.	4810	Bir veya iki yüzü kaolin (çin kili) veya diğer inorganik maddeler ile sıvanmış kağıt ve kartonlar	12 572	6 489	4 287	1,8	-33,9
10.	2825	Hidrazin ve hidroksilamin, bunların anorganik tuzları, organik bazlar, diğer metal oksitler, hidroksitler ve peroksitler	1 193	2 351	3 838	1,6	63,2
11.	8481	Musluk, batarya, vana ve valfler	290	1 101	2 649	1,1	140,6
12.	4804	Birincil elyaf (kraft) kağıt ve kartonları (kuşe edilmemiş, sıvanmamış, rulo veya tabaka halinde)	0	411	2 468	1	500,5
13.	1605	Hazırlanmış/konserve edilmiş kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve diğer su omurgasızları	1 589	1 838	1 911	0,8	4
14.	0806	Üzümler (taze/kurutulmuş)	1 588	620	1 876	0,8	202,6
15.	2204	Taze üzüm şarabı (kuvvetlendirilmiş şaraplar dahil) ve üzüm şırası	1 308	1 461	1 785	0,7	22,2

Kaynak: Trademap

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN ŞİLİ'YE İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON.REZENE.KİŞNİŞ.KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	147.825	56.850
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	2.968	
BAHARATLAR ZENCEFİL.SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	12.751	984
BAKLİYAT KIRMIZI MERCİMEK	170	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	61.216	
BİTKİSEL YAĞLAR DİĞER BİTKİSEL YAĞLAR VE SIVI YAĞLAR İLE BUNLARIN FRAKSİYONLARI	692.828	790.200
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	195	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	659.428	145.500
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ DİĞER ŞEKİLDE İŞLENMİŞ HUBUBAT TANELERİ. EMBİYONLARI UN EZME FLAKON VE GRANÜLLERİ	77	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	226.273	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	128.710	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	688	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	91.220	56.885
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	599.415	93.042
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİVE KÖPEK MAMALARI	59.315	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	597.991	51.928
HUBUBAT MISIR	2.570	
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	2.800.986	448.521
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	596.338	55.558
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	86.947	9.247
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	37.547	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	8.144.113	940.055
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	2.078.369	324.027
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	289.473	14.290
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	1.859.184	266.571
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER AYÇİÇEĞİ TOHUMU	420	
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	79.937	
Genel Toplam	**19.256.952**	**3.253.658**

ŞİLİ' NİN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)			
MAL GRUBU	**2021**	**2022**	**2023**
Bakliyat	33,698	29,885	45,984
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	968,253	1,122,570	880,254
Değirmencilik	835,22	1,006,326	731,48
Diğer Gıda Müstahzarları	1,988,344	2,228,858	1,835,032
Hububat	1,762,326	1,880,958	1,199,342
Pastacılık Ürünleri	62,472	71,058	86,664
Şeker ve Şeker Mamulleri	898,238	1,063,082	804,95
Un ve Unlu Mamuller	663,977	743,754	637,76
Genel Toplam	**7.212.528**	**8.146.491**	**6.221.466**

ŞİLİ' NİN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)				
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**	**2023**
1	ARJANTİN	2,601,401	2,569,461	1,623,961
2	ABD	743,276	862,606	681,762
3	BREZİLYA	605,727	690,105	656,791
4	PARAGUAY	275,086	420,781	516,113
5	ÇİN	139,237	178,341	279,57
6	KANADA	431,421	373,225	221,648
7	KOLOMBİYA	173,974	250,398	174,273
8	PERU	155,382	228,099	161,515
9	BOLİVYA	153,914	369,582	144,423
10	İSPANYA	121,958	133,008	123,275
28	**TÜRKİYE**	**18,637**	**17,945**	**20,588**

URUGUAY

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

U

URUGUAY

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Uruguay Doğu Cumhuriyeti
Nüfus	3,57 milyon (2023)*
Dil	İspanyolca
Yüzölçümü	175.020 km²
Başkent	Montevideo
Başlıca Şehirleri	Montevideo (1,3 milyon), Maldonado (135 bin), Salto (104 bin),Paysandu (76 bin), Rivera (64 bin), Tacuarembo(55)
Yönetim Şekli	Anayasal Cumhuriyet
Devlet Başkanı	Luis Alberto Lacalle Pou
Para Birimi	Uruguay Pesosu (Ps)

*IMF Tahmini

Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar

CAN (ortak üye), FAO, G-77, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, LAES, MIGA, MINURSO, MINUSTAH, MONUSCO, NAM (gözlemci), OAS, OPANAL, OPCW, PCA, RG, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UNMOGIP, UNOCI, UNWTO, UPU, WCO, WHO, WIPO, WMO.

Coğrafi Konum

Uruguay (İspanyolca: República Oriental del Uruguay), kuzeyinde Brezilya, batısında Uruguay ırmağı ile Arjantin, güneyinde bu ırmağın denize döküldüğü Rio de la Plata - "gümüş ırmak" koyu, doğusunda ise Atlas Okyanusu ile çevrilidir.

Ülkedeki insanların yaklaşık yarısı, başkenti ve en büyük kenti olan Montevideo'da yaşar. Yüzölçümü olarak, Güney Amerika'nın Surinam'dan sonra en küçük ikinci ülkesidir. "Uruguay" adı, yerlilerin dili olan Guarani'de "Boyalı Kuşlar Irmağı" anlamına gelir. Bölgeye Avrupalıların ilk yerleşimi 16. yüzyılın başlarında olmuştur.

Siyasi ve İdari Yapı

Uruguay, kuvvetler ayrılığı ilkesine dayanan, demokratik bir ülkedir. Yürütme erkinin başında devlet başkanı yer almaktadır. Devlet başkanı 5 yıl için seçilmektedir. Devlet başkanının tekrar seçilebilmesi için aradan bir seçim dönemi geçmesi gerekmektedir. Yasama erki Senato ve Temsilciler Meclisi'nden oluşan Kongre tarafından üstlenilmektedir. Senato'nun 31, Temsilciler Meclisi'nin ise 99 üyesi bulunmaktadır. Başkan yardımcısı aynı zamanda Senato başkanıdır.

Uruguay'daki en yüksek yargı organı 5 üyeden oluşan Yüksek Adalet Mahkemesi'dir. Devlet başkanlığı seçimleri partiler tarafından gösterilen adaylar arasında 2 türlü olarak gerçekleştirilmektedir. Yerel seçimler genel seçimlerden 6 ay sonra yapılmaktadır.

Uruguay idari olarak 19 eyalete ayrılmış olup, eyaletler seçimle göreve gelen valilerce yönetilmektedir. Söz konusu eyaletler; Artigas, Canelones, Cerro Largo, Colonia, Durazno, Flores, Florida Lavalleja, Maldonado, Montevideo, Paysandu, Rio Negro, Rivera, Rocha, Salto, San Jose, Soriano, Tacuarembo, Treinta y Tres'dir.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

Temel Ekonomik Göstergeler

	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
GSYİH (Cari Fiyatlar - milyar $)	59,32	71,89	77,31	80,81	84,41	87,78	91,42	94,98
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	4,4	4,9	2	2,9	2,6	2,4	2,2	2,2
Kişi Başına Düşen Milli Gelir (Cari	16 743	20 222	21 677	22 586	23 521	24 386	25 321	26 229
Fiyatlar - $)								
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	7,8	9,1	7,6	6,1	5,5	4,5	4,5	4,5
Cari İşlemler Dengesinin GSYİH'ya Oranı (%)	-2,7	-2,5	-2,5	-2,2	-2,1	-2	-1,8	-1,8
İşsizliğin Toplam İşgücüne Oranı (%)	9,4	7,9	8,3	8	8,1	8	8	8
Nüfus (milyon)	3,54	3,56	3,57	3,58	3,59	3,6	3,61	3,62
Devletin Genel Toplam Borçlanmasının GSYİH'ya Oranı (%)	65,6	61	62,3	62,7	63,1	63,4	63,7	63,8

*Tahmin Kaynak: IMF

Uruguay, Güney Amerika'da ekonomik ve siyasal olarak en dengeli ülkelerden biridir. 2023 yılında cari fiyatlara göre, 77 milyar USD olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 81 milyar USD olması beklenmektedir. Uruguay, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 78. büyük ekonomisidir.

2023 yılında sabit fiyatlara göre %2 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %2,9 oranında artacağı tahmin edilmektedir. Cari fiyatlara göre Uruguay, 2023 yılında 21.677 USD'lik kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 50. sırada yer almaktadır.

2020 yılı verilerine göre ülkenin GSYİH'sı içinde tarım sektörünün payı % 8, sanayinin % 18 ve hizmetler sektörünün % 63 (Dünya Bankası-2022). Uruguay'da, başta bankacılık ve turizm olmak üzere hizmet sektörü diğer bölge ülkeleri ile karşılaştırıldığında ekonomi içinde daha büyük bir paya sahiptir.

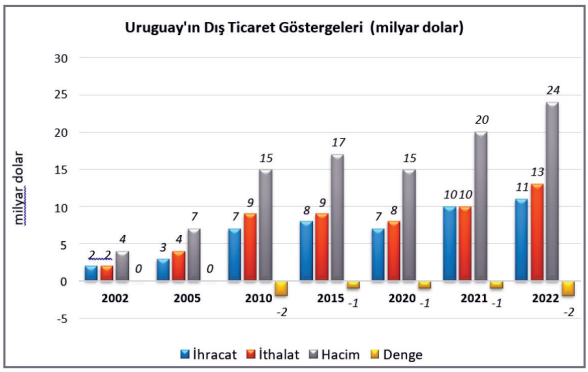
2023 yılında %7,6 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında %6,1 olacağı tahmin edilmektedir. Ülkedeki işsiz sayısının toplam işgücüne oranının 2023 yılında %8 olacağı ve işsizliğin yüksek olduğu ülkeler arasında 26. sırayı alacağı tahmin edilmektedir.

3. DIŞ TİCARET

Genel Durum

Ülkenin Dış Ticareti

Uruguay, 2022 yılında 11 milyar USD'lik (%17 artan) ihracatla dünyada 96. sırada ve 13 milyar USD'lik (%26 artan) ithalatla dünyada 98. sıradadır.

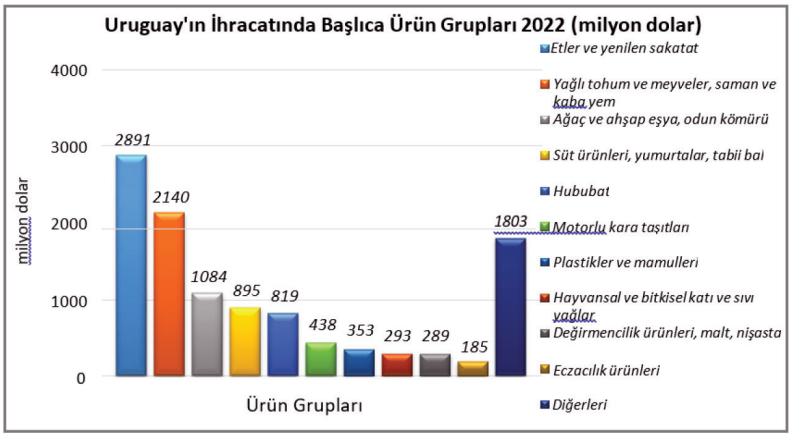


Kaynak: Trademap

Başlıca Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat

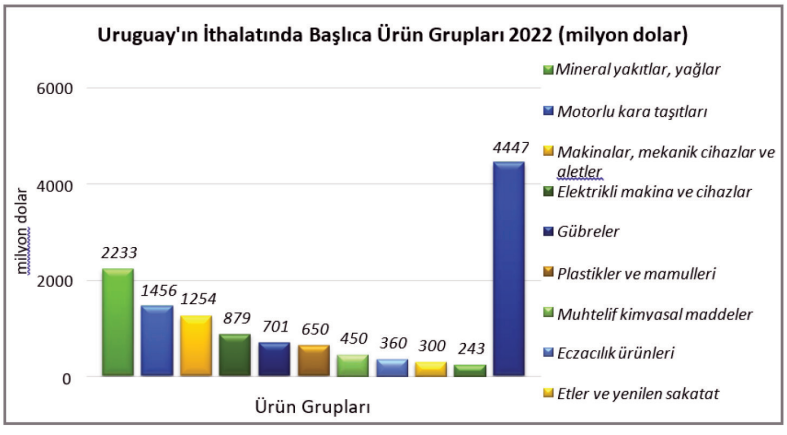
2022 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; sığır eti (dondurulmuş), soya fasulyesi, yuvarlak ağaçlar, süt, krema (konsantre edilmiş, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı madde içerenler), pirinç, sığır eti (taze/soğutulmuş), eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, malt, buğday ve mahlut ile sığır, domuz, koyun, keçi, at, eşek, katır ve bardoların yenilen sakatatı (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)'dır.



Kaynak: Trademap

İthalat

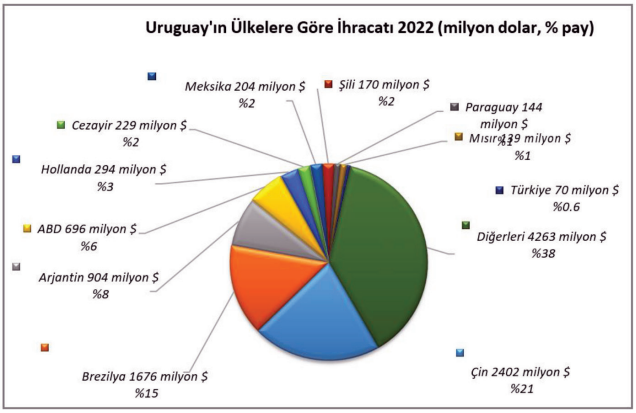
2021 yılında ithal ettiği başlıca ürünler; Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar), Otomobiller, Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar, Azotlu mineral veya kimyasal gübreler, Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, Haşarat öldürücü, dezenfekte edici, zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesini düzenleyici ürünler, Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, Azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler ve Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış).



Kaynak: Trademap

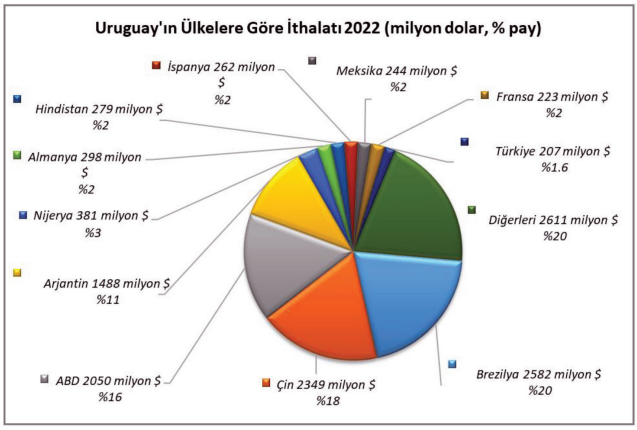
Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticaret

İhracat



Kaynak: Trademap

İthalat



Kaynak: Trademap

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve GSYİH'ya Oranı (Milyon Dolar)

	2021	2022*	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım milyon $)	3 649,90	3 679,00	2 480,00	2 556,00	2 650,00	2 747,00	2 842,00
Ülke dışından gelen doğrudan yatırımın GSYİHya oranı (%)	6,15	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Ülke dışından gelen doğrudan yatırım stoku (milyon $)	51 940,20	55 619,00	58 099,00	60 655,00	63 305,00	-	-
Ülke dışına giden doğrudanyatırım (milyon $)	- 1 883,20	- 1 130,00	- 1 011,00	-922,20	-990,90	- 1 087,00	-928,30
Ülke dışına yapılan doğrudan yatırım stoku (milyon $)	27 366,90	28 497,00	29 508,00	30 430,00	31 421,00	-	-

(*) Tahmini Veriler Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit

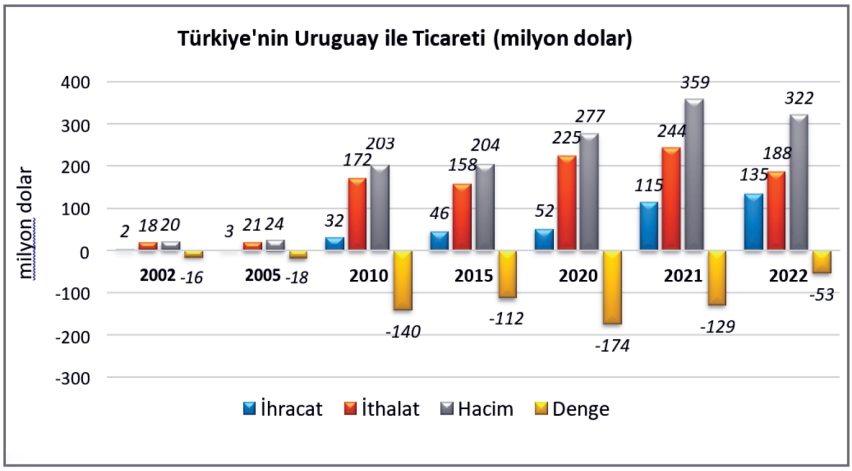
Arjantin, İspanya, Brezilya ve İngiltere başlıca yatırım yapan ülkeler olup, tarım, müteahhitlik, kimya sanayi ve gıda ve içecek sektörlerinde yatırımın yoğunlaştığı görülmektedir.

5. TÜRKİYE ile TİCARET

Genel Durum

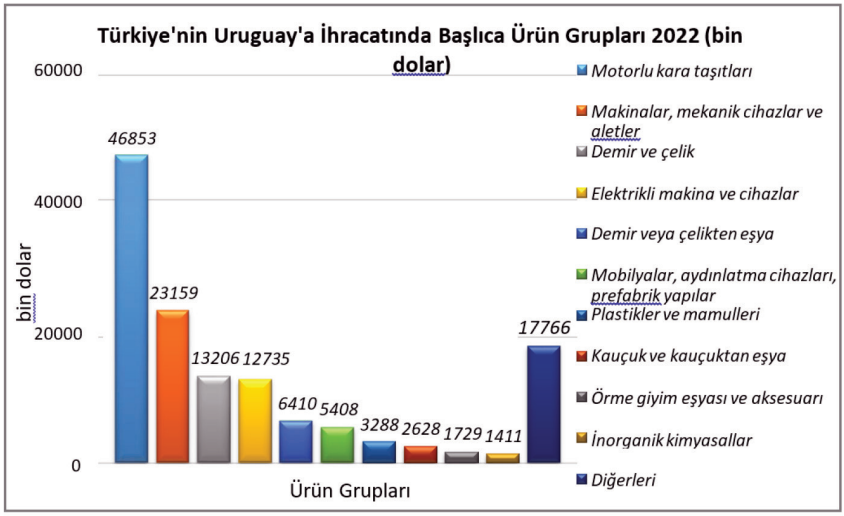
2022 yılında ülkeye ihracatımız 135 milyon USD, ithalatımız 188 milyon USD'dir. 2022 yılı için Ülkemiz aleyhine 53 milyon USD dış ticaret açığı söz konusudur.

Türkiye-Uruguay Dış Ticaret



Kaynak: Trademap

Türkiye'nin Uruguay'a İhracatında Başlıca Ürünler

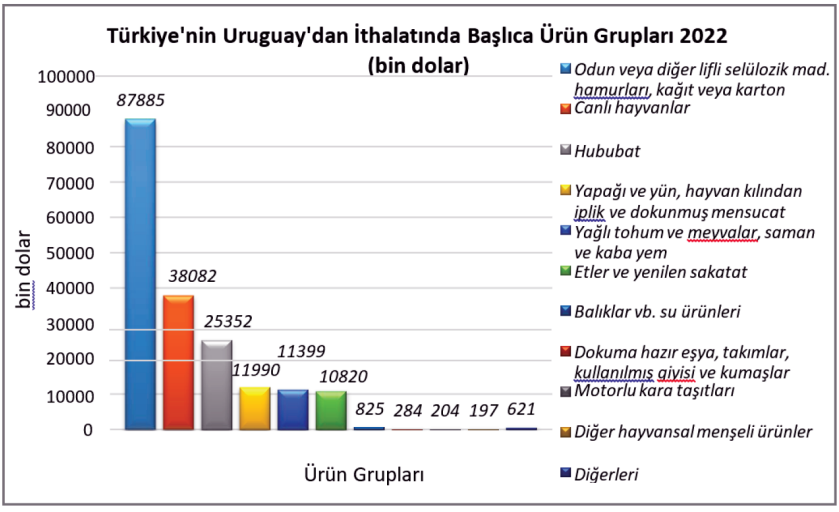


Kaynak: Trademap

Ülkenin 2022 yılı toplam ithalatı dikkate alındığında;

- Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar (GTİP:8708) ithalatının %14'ü (39 milyon USD)
- Karayolunda kullanılan motorlu taşıtlar için karoseriler (şoför mahalleri dahil) (GTİP:8707) ithalatının %92'si (27 milyon USD)
- Petrol koku, petrol bitümeni ve petrol yağlarının veya bitümenli minerallerden elde edilen yağların diğer kalıntıları (GTİP:2713) ithalatının %31'i (20 milyon USD)
- Tabii bitümen ve tabii asfalt, bitümenli veya yağlı şist ve katranlı kumlar, asfaltit ve asfaltlı kayalar (GTİP:2714) ithalatının %34'ü (16 milyon USD)
- Demir veya alaşımsız çelikten profiller (GTİP:7216) ithalatının %61'i (11 milyon USD)
- Elektrikli su ısıtıcıları, elektrotermik cihazlar, ortam ısıtıcıları, saç ve el kurutucuları, ütüler, rezistanlar (GTİP:8516) ithalatının %17'si (6 milyon USD)
- Oturmaya mahsus mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları (GTİP:9401) ithalatının %10'u (6 milyon USD)
- Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları (yıkama ve kurutma tertibatı bir arada olanlar dahil) (GTİP:8450) ithalatının %19'u (5 milyon USD)
- Santrifüjler; sıvıların veya gazların fiItre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar (GTİP:8421) ithalatının %8'i (4 milyon USD)
- Oksimetalik veya peroksimetalik asitlerin tuzları (GTİP:2841) ithalatının %21'i (4 milyon USD) Türkiye'den yapıldığı görülmektedir.

Türkiye'nin Uruguay'dan İthalatında Başlıca Ürünler



Kaynak: Trademap

EKLER:

EK 1 : Uruguay'ın İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**7 010 245**	**9 541 027**	**11 190 032**	**100**	**17,3**
1.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	1 290 455	2 014 205	2 122 193	19	5,4
2.	1201	Soya fasulyesi	753 781	892 719	1 922 543	17,2	115,4
3.	4403	Yuvarlak ağaçlar	776 326	701 460	673 837	6	-3,9
4.	0402	Süt, krema (konsantre edilmiş, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı madde içerenler)	471 032	549 668	620 696	5,5	12,9
5.	1006	Pirinç	468 914	382 531	498 030	4,5	30,2
6.	0201	Sığır eti (taze/soğutulmuş)	287 961	396 367	430 987	3,9	8,7
7.	8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	74 078	154 051	309 623	2,8	101
8.	1107	Malt	199 419	222 899	284 279	2,5	27,5
9.	1001	Buğday ve mahlut	93 729	137 964	232 483	2,1	68,5
10.	0206	Sığır, domuz, koyun, keçi, at, eşek, katır ve bardoların yenilen sakatatı (taze,soğutulmuş veya dondurulmuş)	124 141	230 415	202 670	1,8	-12
11.	1205	Rep veya kolza tohumları	25 101	77 065	201 980	1,8	162,1
12.	3923	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzeme tıpa, kapak, kapsül ve diğer kapama malzemeleri	128 103	147 187	186 922	1,7	27
13.	4407	Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş ağaç;kalınlık > 6 mm	104 674	157 942	183 187	1,6	16
14.	2716	Elektrik enerjisi	101 987	525 303	162 745	1,5	-69
15.	4401	Yakmaya mahsus ağaçlar, ince dilimler veya yongalar halinde ağaç,talaş, döküntü ve artıklar	26 756	77 489	119 326	1,1	54

Kaynak: Trademap, Uruguay Verileri

EK-2 : Uruguay'ın İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**7 667 928**	**10 320 440**	**12 973 465**	**100**	**25,7**
1.	2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	731 598	1 111 576	1 656 541	12,8	49
2.	8703	Otomobiller	247 872	394 586	476 828	3,7	20,8
3.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	83 202	238 085	354 467	2,7	48,9
4.	8517	Telefon cihazları, ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeyemahsus diğer cihazlar	252 552	273 377	347 568	2,7	27,1
5.	3102	Azotlu mineral veya kimyasal gübreler	103 266	201 388	340 987	2,6	69,3
6.	8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	149 332	279 371	332 904	2,6	19,2
7.	3808	Haşarat öldürücü, dezenfekte edici,zararlıları yok edici, sürgünleri önleyici, bitkilerin büyümesinidüzenleyici ürünler	158 219	217 980	290 215	2,2	33,1
8.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	94 506	182 491	278 176	2,1	52,4
9.	3105	Azot, fosfor ve potasyumun ikisini veya üçünü içeren mineral veya kimyasal gübreler	81 286	142 489	198 953	1,5	39,6
10.	3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar(dozlandırılmış)	154 125	165 378	197 629	1,5	19,5
11.	8701	Traktörler	67 001	111 187	192 190	1,5	72,9
12.	3907	Poliasetaller, diğer polieterler, epoksi reçineler, polikarbonatlar, alkit reçineler, polialiesterler, vb. (ilk şekilde)	99 731	138 989	168 311	1,3	21,1
13.	0201	Sığır eti (taze/soğutulmuş)	115 003	118 020	145 549	1,1	23,3
14.	8471	Otomatik bilgi işlem mak. bunlara ait birimler; manyetik veya optik okuyucular, verileri koda dönüştüren ve işleyen mak.	108 395	146 443	138 655	1,1	-5,3
15.	3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	93 020	94 667	130 703	1	38,1

Kaynak: Trademap,

EK-3 : Uruguay'ın Ülkelere Göre İhracatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)		**7 010 245**	**9 541 027**	**11 190 032**	**100**	**17,3**
1.	Çin	1 014 640	2 598 261	2 401 884	21,5	-7,6
2.	Brezilya	670 314	1 742 459	1 675 846	15	-3,8
3.	Arjantin	231 087	468 532	904 304	8,1	93
4.	ABD	429 451	542 587	695 677	6,2	28,2
5.	Hollanda	137 728	230 440	294 012	2,6	27,6
6.	Cezayir	161 842	189 271	228 579	2	20,8
7.	Meksika	100 375	143 646	203 690	1,8	41,8
8.	Şili	52 812	127 041	169 544	1,5	33,5
9.	Paraguay	85 899	133 186	144 456	1,3	8,5
10.	Mısır	71 625	155 026	138 516	1,2	-10,6
11.	Portekiz	40 943	61 831	122 419	1,1	98
12.	İngiltere	42 850	72 614	99 356	0,9	36,8
13.	İtalya	56 768	97 955	96 076	0,9	-1,9
14.	İsrail	46 309	93 472	89 929	0,8	-3,8
15.	İspanya	39 712	77 976	88 219	0,8	13,1
…	…	…	…	…	…	…
20.	**Türkiye**	**122 637**	**140 772**	**70 172**	**0,6**	**-50,2**

Kaynak: Trademap,

EK-4 : Uruguay'ın Ülkelere Göre İthalatı (bin dolar)

Sıra	Ülke	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)		**7 667 928**	**10 320 440**	**12 973 465**	**100**	**25,7**
1.	Brezilya	1 566 471	2 059 988	2 582 285	19,9	25,4
2.	Çin	1 231 222	1 997 322	2 348 839	18,1	17,6
3.	ABD	969 216	929 694	2 049 942	15,8	120,5
4.	Arjantin	1 027 706	1 310 018	1 487 630	11,5	13,6
5.	Nijerya	128 485	409 665	381 167	2,9	- 7
6.	Almanya	199 286	269 898	298 003	2,3	10,4
7.	Hindistan	111 398	202 417	278 513	2,1	37,6
8.	İspanya	167 202	224 126	261 910	2	16,9
9.	Meksika	155 732	212 593	243 922	1,9	14,7
10.	Fransa	90 414	192 450	222 988	1,7	15,9
11.	Türkiye	52 751	112 947	207 109	1,6	83,4
12.	İtalya	121 695	173 768	196 499	1,5	13,1
13.	Paraguay	107 125	111 524	193 937	1,5	73,9
14.	Şili	108 126	96 254	134 023	1	39,2
15.	Rusya	59 832	99 745	118 712	0,9	19

Kaynak: Trademap,

Ek-5: Türkiye'nin Uruguay'a İhracatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay(%, 2022)	Değişim (%,2021-2022)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			**51 567**	**115 427**	**134 593**	**100**	**16,6**
1.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	1 191	14 705	25 145	18,7	71
2.	8707	Karayolunda kullanılan motorlu taşıtlar için karoseriler (şoför mahalleri dahil)	30	7 087	19 031	14,1	168,5
3.	7216	Demir veya alaşımsız çelikten profiller	5 182	8 973	8 701	6,5	-3
4.	9401	Oturmaya mahsus mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	243	5 054	4 940	3,7	-2,3
5.	8516	Elektrikli su ısıtıcıları, elektrotermik cihazlar, ortam ısıtıcıları, saç ve el kurutucuları, ütüler, rezistanlar	3 844	5 591	4 905	3,6	-12,3
6.	8421	Santrifüjler; sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya arıtılmasına mahsus makina ve cihazlar	208	2 306	3 542	2,6	53,6
7.	7326	Demir veya çelikten eşya	141	1 773	3 421	2,5	92,9
8.	8432	Toprağı hazırlamaya, işlemeye, ekmeye, ormancılıkta kullanılan makina ve cihazlar; çimen, spor sahaları için silindirler	1 479	1 637	3 175	2,4	94
9.	8537	Elektrik kontrol, dağıtım tabloları,panolar, konsollar, kabinler, diğer mesnetler ve sayısal kontrol cihazları	1 024	4 392	3 141	2,3	-28,5
10.	8450	Ev veya çamaşırhane tipi yıkama makinaları (yıkama ve kurutma tertibatı bir arada olanlar dahil)	1 597	4 015	2 859	2,1	-28,8
11.	8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	521	1 170	1 884	1,4	61
12.	7208	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişlik >= 600 mm)	1 524	3 885	1 683	1,3	-56,7
13.	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	654	1 289	1 642	1,2	27,4
14.	8701	Traktörler	807	1 318	1 507	1,1	14,3
15.	3917	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar, vb.)	1 038	1 047	1 391	1	32,9

Kaynak: Trademap,

EK-6 : Türkiye'nin Uruguay'dan İthalatında Başlıca Ürünler (bin dolar)

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER	2020	2021	2022	Pay (%, 2022)	Değişim (%, 2021-2022)
TOPLAM İTHALAT (Diğerleriyle)			**225 294**	**243 934**	**187 660**	**100**	**-23,1**
1.	4703	Sodalı veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	56 959	66 365	87 885	46,8	32,4
2.	0102	Canlı büyükbaş hayvanlar (at, eşek, katır ve bardolar hariç)	89 847	106 443	38 082	20,3	-64,2
3.	1006	Pirinç	21 054	16 187	25 352	13,5	56,6
4.	1201	Soya fasulyesi	45 557	37 529	11 337	6	-69,8
5.	0202	Sığır eti (dondurulmuş)	0	2 710	10 204	5,4	276,5
6.	5105	Yün, ince veya kaba hayvan kılları (kardeli/taranmış)	4 989	8 413	9 172	4,9	9
7.	5107	Taranmış yün (kamgarn) iplikleri	559	1 699	2 718	1,4	60
8.	0204	Koyun ve keçi etleri (taze, soğutulmuş veya donduruImuş)	0	0	616	0,3	0
9.	0304	Balık filetoları ve diğer balık etleri (taze, soğutulmuş veya dondurulmuş)	171	0	599	0,3	0
10.	6310	Kullanılmış veya yeni paçavralar, sicim, ipve halat döküntüleri ve sicim, ip ve halattan kullanılmış eşya	0	139	279	0,1	100,7
11.	0303	Balıklar (dondurulmuş)	1 223	301	226	0,1	-24,9
12.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	2	1	204	0,1	20300
13.	0504	Hayvan bağırsak, mesane ve midesi (taze,soğutulmuş, dondurulmuş, tuzlanmış,salamura, kurutulmuş veya tütsülenmiş)	463	582	197	0,1	-66,2
14.	5509	Sentetik devamsız lifden iplik (dikiş ipliği hariç) (toptan)	237	297	189	0,1	-36,4
15.	7318	Demir veya çelikten vidalar, civatalar, somunlar, tirfonlar, perçin çivileri, pimler,kamalar, rondelalar vb eşya	0	0	113	0,1	0

Kaynak: Trademap,

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN URUGUAY'A İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	22.750	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	4.620	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	102.401	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	1.872	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	4.632.479	2.274.702
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	241.205	
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	290.696	45.113
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	97.670	24.426
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	1.017	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	75.067	29.428
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	177.155	78.865
Genel Toplam	**5.646.933**	**2.452.535**

URUGUAY' IN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	6,45	4,279
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	185,364	184,977
Değirmencilik	107,183	130,915
Diğer Gıda Müstahzarları	308,703	367,451
Hububat	53,918	80,772
Pastacılık Ürünleri	5,872	7,719
Şeker ve Şeker Mamulleri	145,456	164,649
Un ve Unlu Mamuller	188,737	217,144
Genel Toplam	**1.001.683**	**1.157.906**

URUGUAY' NİN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2021**	**2022**
1	ARJANTİN	435,982	438,052
2	BREZİLYA	213,465	271,879
3	PARAGUAY	35,919	82,428
4	DANİMARKA	33,473	55,904
5	ABD	41,121	41,425
6	ENDONEZYA	10,716	10,387
7	İSPANYA	8,832	10,059
8	ŞİLİ	8,709	8,724
9	ÇİN	5,918	8,093
10	HOLLANDA	5,253	7,949
29	**TÜRKİYE**	**776**	**1,057**

VENEZUELA

ÜLKE RAPORU

İSTANBUL HUBUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İHBİR

İİB

V

VENEZUELA

1.GENEL BİLGİLER

Başlıca Sosyal Göstergeler

Resmi Adı	Bolivarcı Venezuela Cumhuriyeti
Nüfus	26,5 milyon (2023)
Dil	İspanyolca
Yüzölçümü	912.050 km²
Başkent	Karakas
Başlıca Şehirleri	Maracaibo,Valencia, Maracay, Barquisimeto
Yönetim Şekli	Federal Cumhuriyet
Para Birimi	Bolivar

Coğrafi Konum

Venezuela, Güney Amerika'nın kuzeyinde yer almaktadır. Ülkenin kuzeyinde Karayip Denizi, güneyinde Brezilya, doğusunda Atlantik Okyanusu ve Guyana ve batısında Kolombiya ile komşudur. Venezuela kıyı şeridi 2.718 km'dir. Kuzey batıda Maracaibo, güney batıdan kuzey doğuya And Dağları, merkezde Orinoco Nehri ve güney doğuda Guayana olmak üzere dört coğrafi bölgeden oluşmaktadır.

İklim açısından da geniş bir çeşitlilik gösteren ülke, denizin etkilediği nemli ve yağışlı bölgeleri, And Bölgesi'nde çok düşük sıcaklıktaki bölgeleri ve Falcon Eyaleti'ndeki Medanos de Coro'da çöl arazilerini barındırmaktadır.

Siyasi ve İdari Yapı

Venezuela'da geçerli olan anayasa 15 Aralık 1999'da halkoylamasıyla kabul edilen Bolivarcı Anayasa'dır. Anayasa'ya göre Venezuela demokratik, federal, adalet ve hukuka dayalı sosyal bir devlettir. Venezuela'da güçler ayrılığı ilkesi uygulanmaktadır. Ancak klasik sistemlerden farklı olarak 3 yerine 5 güç bulunmaktadır. Bunlar yasama, yürütme, yargı, vatandaşlık ve seçim güçleridir.

Yasama Gücü, tek kanatlı Ulusal Meclis'te toplanmıştır. Meclis 167 üyeden oluşmaktadır. 5 yıllığına seçilen üyeler en fazla ikinci kez seçilme hakkına sahiptirler. Üyeler genel, doğrudan ve gizli oyla seçilirler ve halkı ve seçildikleri eyaleti aynı anda temsil ederler. Üyeler, yasalara uygun olarak yapılan bir halkoylamasıyla geri çağrılarak görevlerinden alınabilirler. Başkan'ın yasaları veto etme hakkı vardır. Bu durumda Meclis yasa tasarısını tekrar görüşmektedir. Yürütme Gücü, başkan, başkan yardımcısı ve bakanlar kurulundan oluşmaktadır. Başkan, ulusal yürütme gücünün başıdır. Başkanın görev süresi 6 yıldır ve yeni görev süresi için tekrar seçilebilmektedir. Başkan yardımcısı ve bakanlar başkan tarafından atanmaktadır. Yargı gücü bağımsızdır. En üst yargı organı olan Yüksek Adalet Divanı'na yargıçlar 12 senelik dönemler için seçilmektedir.

Vatandaş Gücü Ombudsman, Başsavcı ve Sayıştay Başkanı tarafından oluşturulan Cumhuriyet Etik Konseyi tarafından yürütülmektedir. "Vatandaş gücünü" yürüten organlar Anayasa ve kanuna uygun olarak kamu ahlakına ve idari ahlaka ters düşen konularda önlem almak, bunları araştırmak ve hüküm vermek; kamu mirasının doğru kullanımı ve iyi işleyişini gözlemlemek; devletin tüm idari faaliyetlerinde yasaların uygulanmasını sağlamak ve vatandaşlık haklarını oluşturan eğitim, dayanışma, özgürlük, demokrasi, sosyal sorumluluk ve emek konularını teşvik etme görevlerini yerine getirir.

Seçim Gücü ise, yönetici birim olan Yüksek Seçim Kurulu tarafından ve bu kurulun altında çalışan Milli Seçim Komitesi, Sivil ve Seçmen Kütüğü Komitesi ve Siyasi ve Mali Katılım Komitesi tarafından yürütülür. Seçim yasalarını düzenlemek, seçimleri kısmen ya da tamamen geçersiz kılmak, seçim ve referandumları düzenlemek Yüksek Seçim Kurulu'nun yetkisindedir.

Venezueala, başkanlık sistemi ile yönetilen bir Federal Cumhuriyettir (federal presidential republic). İdari açıdan 23 federal eyalet (federal states), Başkent Federal Bölgesi (capital federal district) ve 2 federal alan (federal territories) ile 72 adayı kapsayan 1 bağlı bölgeden (dependencies) oluşmaktadır. Karakas, Venezuela'nın başkentidir.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Venezuela dünyanın en zengin petrol rezervlerine sahiptir. Diğer önemli yenilenemeyen kaynaklar arasında doğalgaz, demir, altın ve karbon bulunmaktadır. Zengin bitki örtüsüne sahip ülkenin yenilenebilir kaynaklarının en önemlileri ise ormanlar ve nehirlerdir. Nehirler, elektrik üretiminde önemli bir paya sahiptir. Ülke topraklarının %52'si orman alanlarından oluşmaktadır. (Dünya Bankası)

Ekonomi

Genel Bakış

2023 yılında cari fiyatlara göre, 97 milyar USD olacağı tahmin edilen GSYİH'nın 2024 yılında 101 milyar USD olması beklenmektedir. Venezuela, cari fiyatlara göre, 2023 yılı itibariyle 196 ülke arasında dünyanın 70. büyük ekonomisidir. [ABD 1. (27 trilyon USD), Türkiye 19. (1 trilyon USD)]. 2023 yılında sabit fiyatlara göre % 5 oranında artması beklenen GSYİH'nin, 2024 yılında %4,5 oranında artacağı tahmin edilmektedir. Cari fiyatlara göre Venezuela, 2023 yılında 3.641 USD'lik kişi başına düşen milli gelir ile dünyada 132. sırada yer almaktadır. [Lüksemburg 1. (132.372 USD), Türkiye 75. (11.932 USD)] (IMF-2023)

2023 yılında % 400 olan tüketici fiyatlarına göre yıllık ortalama enflasyon oranının 2024 yılında % 200 olacağı tahmin edilmektedir. 2023 yılında % 5 oranında fazla vereceği tahmin edilen cari işlemler dengesinin GSYİH'ya oranının, 2024 yılında da % 6 oranında fazla vermesi beklenmektedir. (IMF-2023)

Venezuela ekonomisinin en güçlü yönü sahip olduğu zengin petrol rezervleridir. Ancak, petrol fiyatlarına aşırı duyarlı olması da ekonomisinin en zayıf yönünü oluşturmaktadır. Nitekim petrol gelirlerine bağımlı olan ekonomisi nedeniyle, petrol fiyatlarındaki düşüş ülke ekonomisini olumsuz yönde etkilemektedir. Venezuela ekonomisine ilişkin geçmiş dönemlerde yapılan kredi derecelendirme kuruluşlarının değerlendirmelerinde genelde; ekonomik yapı açısından hükümetin öngörülmeyen kararlar alması, şeffaflık eksikliği ve petrole aşırı bağımlılığı ile bankacılık ve döviz kuru riski hususlarına vurgu yapılmıştır. Yüksek (hiper) enflasyon, Venezuela ekonomisinin uzun süredir devam eden bir kronik sorunudur. Enflasyon 2013 yılından itibaren artış hızını yükseltmiş, 2015 yılında üç haneli rakamlara ve 2017 yılında da dört haneli rakamlara ulaşmıştır. 2018 yılı Ağustos ayında 5 sıfır atılmak suretiyle piyasaya sürülen yeni para birimi de, hiper enflasyon ortamında hızla değer kaybetmektedir.

Pazarın Özellikleri

İşlenmiş ürünün markasının Venezuela İç Ticaret Bakanlığı (El Ministerio del Poder Popular de Comercio Nacional) Fikri Mülkiyet Otonom Hizmetleri (SAPI- El Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual) idaresine kaydettirilmesi gerekmektedir.

Ülkede franchising sistemi oldukça yaygındır. Yaklaşık üçte biri gıda alanında olmak üzere 500'ün üzerinde franchising şirketinin faaliyet gösterdiği tahmin edilmektedir.

Başta gıda ve temel tüketim mallarında olmak üzere satışların önemli bir kısmı süpermarket ve eczane zincirlerince gerçekleştirilmektedir. Çoğunluğu özel sektöre ait olan süpermarketlerin yanında kamuya ait az sayıda süpermarket zinciri de faaliyet göstermektedir. Central Madeirense, Excelsior Gama, Unicasa ve El Patio özel en büyük süpermarket zincirleridir. Farmatodo, Locatel, SAAS, Farmaahorro ise en yaygın eczane zincirleridir. Süpermarket ve eczane zincirleri çoğunlukla yerel bir distribütörle çalışmakta, asıl tedariki yurt içinden veya yurt dışından distribütör yapmaktadır.

İthalat ve fiyat kontrollerinin son zamanlarda azaltılmasına bağlı olarak bodegon adı verilen bakkal tarzı çok sayıda (sayıları 100 binin üzerinde olduğu tahmine edilmektedir.) küçük işletme özellikle ithal ürünler satmak üzere yaygınlaşmış durumdadır. Bu işletmeler, çoğunlukla kapıdan-kapıya şeklinde küçük miktarlar dahilinde sık sık özellikle ABD'den ithal ettikleri ürünleri bazen kayıt ettirmeden dövizle satışını yapmaktadırlar.

Venezuela uzun yıllar ABD'nin etkisi altında kaldığından tüketim kalıpları ABD kültürüyle şekillenmiş olup bu etki hala devam etmektedir. Her gelir düzeyinde tüketim eğilimi son derece yüksektir. Marka alışkanlıkları yaygındır. Özellikle orta ve yüksek gelirli gruplar küresel markaların çok yaygın olduğu alışveriş merkezlerine (AVM) yoğun ilgi göstermektedir. Bu anlamda, bilinirliği olan markaların bu AVM'lerde yer alması önemlidir.

Ülkede hakim olan marka ve tüketim kültürünün bir sonucu olarak özellikle piyasaya yeni giren orta ve üst segmentteki markaların yüz yüze tanıtım ve reklam faaliyetlerinde bulunması önem arz etmektedir. Venezuelalı tüketici bilmediği yabancı marka yerine Venezuela markasını tercih ettiğinden ithalatçılar ihracatçılarımız için bir diğer seçenek de private label üretim şeklinde çalışmalarıdır.

Ülkenin içinde bulunduğu iç ve dış ekonomik koşulların da etkisiyle kamu alımları çoğunlukla kamu şirketleri tarafından özel pazarlıklarla gerçekleştirildiğinden herkese açık bir kamu alım ihalesinden söz etmek mümkün değildir.

Önemli Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

Petrol 1920 yılından itibaren Venezuela ekonomisinde belirgin bir öneme sahip olmakla birlikte 1950 yıllarına kadar tarım, ormancılık ve balıkçılık sektörü GSYH'nin yarısından fazlasını oluşturmaya devam etmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde tarımın GSYH içindeki payı %5'lerin altına inmiştir.

1970'li ve 80'li yıllarda %20'lerde olan tarım işgücü payı 2000'li yıllarda %10'ların altına gerilemiştir. Mevcut toplam işgücünün %7'si tarım sektöründe çalışmaktadır.

Balıkçılık özellikle 1990'lı yıllardan itibaren geliştirilmeye çalışılmıştır. 600 bin km2'lik bir deniz alanı balıkçılık yapmaya uygundur. Açık deniz balıkçılığının yanında iç su balıkçılığı da yapılmaktadır. Ton balığı, karides, pargo, sardalye gibi balık türleri avlanmaktadır. Özellikle karides önemli bir deniz ürünü ihracat kalemidir. %90'ı küçük balıkçı teknelerinden oluşmak üzere 15 binden fazla balıkçı teknesi bulunmaktadır. Yaklaşık 100 bin balıkçı ailesi geçimini balıkçılıkla sağlamaktadır.

Başta muz, kahve, kakao, mısır, pirinç, sorgum, şeker kamışı ve sebzeler ile et, süt, yumurta, balık gibi hayvancılık ürünleri ülkede geleneksel olarak üretilmektedir. Bununla birlikte son yıllarda petrol gelirlerine dayalı gıda ithalat politikası ile birlikte kamulaştırma ve fiyat kontrolleri, ithal girdi sıkıntısı gibi nedenlerle üretim oldukça düşmüş ülke gıdada ithalata bağımlı hale gelmiştir.

Sanayi

Sanayi üretimi, çoğunlukla küçük ve orta ölçekli şirketlerce gerçekleştirilmektedir. Petrol, başta demir-çelik ve alüminyum olmak üzere maden ve metal işleme tesisleri, inşaat malzemeleri, işlenmiş gıda, ilaç ve tıbbi malzemeler, tekstil ve otomotiv endüstrileri alanında üretim yapılmaktadır. Toplam işgücünün yaklaşık %22'si sanayi sektöründe çalışmaktadır.

2008 yılında kamulaştırılan çimento sektörü üretimleri o tarihten itibaren %42 düşmüştür. Ülkenin çimento üretim kapasitesi yıllık 7-8 milyon ton civarındadır.

2013 yılında 2,5 milyon ton olan çelik üretimi son yıllarda 500 bin tona kadar gerilemiştir. Dünyanın en büyük demir-çelik firmaları arasında yer alan Siderurgica del Orinoco C.A. (SIDOR) 5,1 milyon ton çelik üretim kapasitesine sahiptir. 2008 yılında kamulaştırılan SIDOR'un üretimi 2007'den beri %93,6 azalarak 2019 yılı itibarıyla 100 bin tona gerilemiştir. Yıllık 2 milyon ton çelik ihtiyacının olduğu Venezuela'da SIDOR %2'lik kapasiteyle çalışmaktadır.

Venezuela'da tekstil ürünleri üretimi yapan 240'ın üzerinde firma faal olarak çalışmaktadır. Yaklaşık 198 ayakkabı firması 60 milyon çift ayakkabı üreterek ülke ihtiyacının %80'ine cevap vermektedir.

Türkiye İçin Yatırım Fırsatları

- Venezuela'nın içinde bulunduğu ekonomik, siyasi ve sosyal durum yabancı yatırımcıların ülkeden kaçmasına neden olmakla birlikte ülkenin sahip olduğu potansiyel, yatırımlar için yüksek kârlılık sağlayabilecek durumdadır.
- Dünyanın en büyük petrol rezervine ve sayılı doğal gaz, altın, demir, boksit, kömür gibi yer altı zenginliklerine sahip olan Venezuela enerji ve madencilik yatırımları açısından oldukça caziptir. Ülkemizin doğal kaynaklara bağlı ürünlerin birçoğunda dışa bağımlı olduğu dikkate alındığında, söz konusu sektörlerdeki yatırım, hazır pazar imkânı sağladığı gibi ülkemizin girdi tedarik güvenliğine de katkı sağlayacaktır.
- Elverişli iklim, geniş ekilebilir arazi, sınırsız su kaynakları dikkate alındığında tarım sektörü yatırım yapılabilecek alanların başında yer almaktadır. Daha önce kamulaştırdığı alanlarda üretimi canlandıramayan Hükümet, tarım alanlarını yabancılara kiralayarak üretimi artırmak istemektedir. Ayrıca arazi kira giderlerinin de üretilen mahsulle ödenmesi mümkündür. Elverişli iklim, geniş ekilebilir arazi, sınırsız su kaynakları dikkate alındığında tarım sektörü yatırım yapılabilecek alanların başında yer almaktadır. Daha önce kamulaştırdığı alanlarda üretimi canlandıramayan Hükümet, tarım alanlarını yabancılara kiralayarak üretimi artırmak istemektedir. Ayrıca arazi kira giderlerinin de üretilen mahsulle ödenmesi mümkündür. Venezuela Tarım Bakanı, kendisi ile yapılan çeşitli görüşme ve toplantılar sırasında, ülkede 10 milyon hektar alanın bitkisel tarıma ve 20 milyon hektar alanın da hayvancılığa uygun olduğunu, hâlihazırda 60 bin hektar alanın pamuk, 20 bin hektar alanın siyah fasulye, 1,2 milyon hektar alanın mısır, 700 bin hektar alanın soya, 320 bin hektar alanın pirinç, 80 bin hektar alanın ayçiçek ve 120 bin hektar alanın da şeker kamışı üretimi için ayrıldığını bildirmiştir. Hükümet, stratejik ortaklık veya karma şirket modelleriyle üretimi yabancı yatırımcılarla birlikte gerçekleştirmek istemektedir. Önerilen modele göre, Venezuela tarafı arazi, hukuki ve fiziki güvenlik, alım garantisi, yakıt, makine ve işçilik katkısı sağlarken yabancı yatırımcı, tohum, gübre ve kimyasal girdi, know-how, teknoloji ve danışmanlık sağlayacaktır. Elde edilen ürün ise anlaşma sırasındaki ortaklık yapısına bağlı olarak paylaşılacak ve yabancı yatırımcı kendi payını devlete veya iç ve dış piyasaya satabilecektir.

– Özellikle Bolivar ve Amazon eyaletlerinde yoğunlaşan orman alanları başta kereste üretimi olmak üzere yatırım beklemektedir. Bölge Karayip çamı, akasya mangium, okaliptus başta olmak üzere tropikal ağaç türleri açısından oldukça elverişlidir. Venezuela Hükümeti ekolojik olarak sürdürülebilirliği gözeterek sektörü yabancı yatırımcılara açmaktadır.
– Karayipler boyunca uzanan kumsalları ve adaları ile Amazonlara doğru uzanan orman ve doğası, göl ve ırmakları Venezuela'yı turizm yatırımları açısından cazip bir ülke haline getirmektedir. Venezuela'nın küçüklü büyüklü adaları yılın 12 ayı, deniz-kum-güneş turizmine açıktır. Ayrıca, ülkenin iç kesimleri doğa turizmi için oldukça uygundur. Otel ve ulaşım açısından önemli bir altyapıya sahip olduğu için ülkenin tekrar dışa açılmasıyla birlikte turizm canlanacaktır. Turizmin gelişmesiyle birlikte THY'de uçuş sayısını da artırarak hem Türk turistlere hem de özellikle Türkiye'nin çevresindeki ülkelere hizmet verecektir.
– Tekstil ve ayakkabı sektöründe geleneksel olarak önemli bir üretim altyapısı olan Venezuela Karayip ülkelerine ihracatı geliştirme potansiyeli taşımaktadır. Sektörde yapılacak ilave yatırımlarla bu potansiyel değerlendirilebilir.
– Petrole dayalı bir ekonomiye sahip olan Venezuela'da petrokimya sanayide gelişmiş durumdadır. Sektörde yapılacak yatırımlarla ülkenin sahip olduğu teknik ve fiziki kapasiteden yararlanılarak hem yurt içi pazara hem de Türkiye dahil diğer ülke pazarlarına ihracat imkanı sağlanabilir.
– Madencilik kaynakları açısından oldukça zengin olan Venezuela'da metal endüstrisi cazip bir yatırım alanıdır. Ucuz hammaddeye ilaveten sektörün en önemli maliyet kalemlerinden biri olan enerjinin de diğer ülkelerle kıyaslanamayacak derecede ucuz olması sektördeki kar marjını yükseltmektedir.
– Ülkede çalışamaz durumda olan ya da düşük kapasite ile çalışan binlerce şirket ve fabrika bulunmaktadır. Hükümet yetkilileri kar paylaşımı yoluyla bunları yabancılara devretmeyi planlamaktadır. Yapılacak anlaşmaya göre yabancı yatırımcı gerekli yatırımları yapacak, elde edilen üretim karının %55'i devlete verilecek, %45'i de yatırımcıya kalacaktır.
– Ülkenin eski zenginliğine kavuşması durumunda toptan ve perakende ticaret alanındaki yatırımların da karlılığı yüksek olacaktır.
– Medyaya yansıyan haberlere göre şimdiye kadar bitirilmesi planlanan birçok altyapı projeleri hala devam etmektedir. Ülkenin içinde bulunduğu finansman başta olmak üzere malzeme ve ekipman sıkıntısı dikkate alındığında, kısıtlı kaynakların kanalize edildiği konut projesinin önümüzdeki dönemde de sektördeki en önemli iş fırsatı olmaya devam edeceği görülmektedir. Başta elektrik ve su olmak üzere temel kamu hizmetlerinin sağlanmasında yaşanan sorunları gidermek üzere altyapı yatırımlarının artırılacağı bildirilmektedir. Bu anlamda, ilk olarak elektrik altyapısının yenileneceği açıklanmıştır.
– Hükümet yetkilileri ile yapılan toplantılarda Bolivar ve Guarico eyaletleri arasında olan ve tamamlandığında Latin Amerika'nın en büyük ikinci köprüsü olması öngörülen 3. Orinoco Nehri Köprüsü'nün tamamlanması projesinin, başkent Karakas ile Maiquetia Simon Bolivar Uluslararası Havaalanı'nın bulunduğu La Guaira arasında tünel inşaatını da içeren Cota Mil yol projesinin, Aragua ile Carabobo eyaletlerini bağlayan çevreyolunun Valencia Gölü üzerindeki 1958 yılında inşa edilmiş Cabrera Köprüsü'nün bakım ve yenilenmesi projesinin, Miranda ve Sucre eyaletleri arasında daha önce yapımına başlanıp henüz tamamlanmayan Gran Mariscal de Ayacucho

çevreyolu projesinin, Maiquetia Simon Bolivar Uluslararası Havaalanı pist genişletme ve yenileme projesinin, Sucre Eyaleti'nde bulunan çikolata fabrikası projesinin 2020 yılı içinde başlatılmasının planladığı bildirilmiştir. Söz konusu projelerin ham petrol, altın ve kripto para petro ile finanse edileceği belirtilmektedir. Bununla birlikte gerek söz konusu kaynakların ABD'nin tek taraflı yaptırımlarına tabi olması gerekse son zamanlarda hızla düşen petrol üretim ve fiyatları projelere yakın bir tarihte başlanmasının imkan dahilinde olmadığına işaret etmektedir.

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN VENEZUELA'YA İHRACATI

MAL GRUBU	2021	2022	2023
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	41.780.669	92.260.630	57.057.171
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	83.233.785	118.297.418	26.803.516
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	8.875.720	16.297.717	3.572.087
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	5.102.066	9.128.077	3.041.144
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	5.288.933	4.933.163	1.152.975
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	379.797	2.658.366	993.682
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	309.404	447.137	300.855
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	708.966	811.138	282.123
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	198.175	617.649	219.105
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMÜLLERİ	630.021	1.084.064	129.544
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	243.311	562.753	98.891
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	31.526	56.276	51.860
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	416.652	520.111	50.389
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	43.260	43.204	17.093
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	42.183	140.298	2.709
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAI	48.643	432.523	
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ DİĞER ŞEKERLER	14.650	46.080	

HUBUBAT SEKTÖRÜNÜN VENEZUELA'YA İHRACATI 2023 YILI – 2024 İLK 2 AY		
MAL GRUBU	**2023**	**2024**
BAHARATLAR ANASON.REZENE. KİŞNİŞ. KİMYON TOHUMLARI; ARDIÇ MEYVALARI	265.345	268
BAHARATLAR CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER. KARABİBER	104	848
BAHARATLAR ZENCEFİL. SAFRAN VE DİĞER BAHARATLAR	408	701
BAKLİYAT BAKLA	512	494
BAKLİYAT FASULYE	6.710	
BAKLİYAT KIRMIZI MERCİMEK	3.530	1.400
BAKLİYAT NOHUT	5.213	5.051
BAKLİYAT YEŞİL MERCİMEK	2.902	
BİTKİSEL YAĞLAR AYÇİÇEK TOHUMU YAĞI	4.039.944	1.641.411
BİTKİSEL YAĞLAR DİĞER BİTKİSEL YAĞLAR VE SIVI YAĞLAR İLE BUNLARIN FRAKSİYONLARI	22.697	
BİTKİSEL YAĞLAR MARGARİN	50.389	
BİTKİSEL YAĞLAR SOYA YAĞI VE FRAKSİYONLARI	14.571.150	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BUĞDAY UNU	86.955.666	19.119.054
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BULGUR VE İRMİK (BUĞDAYDAN)	896	14.380
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ BULGUR VE İRMİK (DİĞER HUBUBATTAN)	13.580	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ DİĞER HUBUBAT UNLARI	419	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ DİĞER ŞEKİLDE İŞLENMİŞ HUBUBAT TANELERİ. EMBİYONLARI UN EZME FLAKON VE GRANÜLLERİ		83
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM. MEYVA VE SPORLAR	900	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ HUB.VE BAKLAGİL ELENMESİ VEYA İŞLENMESİ SONUCU ORTAYA ÇIKAN KEPEK.KAVUZ-KALINTI	2.151	
DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ NİŞASTALAR	2.308	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI ÇORBALAR.ET SULARI VE BUNLARIN MÜSTEHZARLARI	1.032.975	136.807
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	4.802.371	1.088.745
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KAHVE.PARAGUAY ÇAYI HÜLASA VE ESANSLARI	108.249	39.518
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI KEDİ VE KÖPEK MAMALARI	71.727	
DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI MAYALAR VE KABARTMA TOZLARI	621.579	58.856
HUBUBAT MISIR		713
KAKAOLU MAMULLER ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAH.	7.559.626	1.016.591
KAKAOLU MAMULLER KAKAO TOZU	1.417	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ DİĞER PASTACILIK ÜRÜNLERİ	525.169	99.419
PASTACILIK ÜRÜNLERİ EKMEK.PASTA.KEK.BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAM.	232.971	45.349
PASTACILIK ÜRÜNLERİ HUBUBAT ESASLA KABARTILMIŞ MAMULLER	4.451	5.345
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MAKARNA	91.896.419	19.550.184
PASTACILIK ÜRÜNLERİ MALT HÜLASASI.UN. EZME. NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR	67.883	
PASTACILIK ÜRÜNLERİ TATLI BİSKÜVİ.GOFRETLER	6.619.876	1.415.209
ŞEKER VE ŞEKER MAMÜLLERİ KAKAOSUZ ŞEKER MAMULLERİ	353.806	42.620
YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER		307
Genel Toplam	**219.843.340**	**44.283.355**

VENEZUELA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATI (BİN $)		
MAL GRUBU	**2021**	**2022**
Bakliyat	51,817	60,067
Bitkisel Yağlar ve Yağlı Tohumlar	391,247	475,788
Değirmencilik	195,111	305,743
Diğer Gıda Müstahzarları	363,284	516,507
Hububat	634,447	709,914
Pastacılık Ürünleri	140,106	123,507
Şeker ve Şeker Mamulleri	307,138	388,718
Un ve Unlu Mamuller	417,57	477,882
Genel Toplam	**2.500.720**	**3.058.126**

VENEZUELA' NIN DÜNYA'DAN HUBUBAT ÜRÜNLERİ İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE (BİN $)			
NO	**ÜLKE**	**2012**	**2013**
1	ABD	1,334,990	1,456,506
2	BREZİLYA	518,903	714,218
3	ARJANTİN	513,885	692,146
4	KANADA	301,183	394,172
5	BOLİVYA	296,019	326,136
6	KOLOMBİYA	214,819	300,289
7	MEKSİKA	219,739	290,739
8	NİKARAGUA	204,317	172,125
9	GUYANA	121,04	122,815
10	EKVATOR	97,267	95,192
26	**TÜRKİYE**	**8,305**	**9,59**

TÜRKİYE CUMHURİYETİ TİCARET BAKANLIĞI
TİM
TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ
İİB
İSTANBUL HUDUBAT BAKLİYAT YAĞLI TOHUMLAR VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
İHBİR