

PMP

Estudio de Mercado Calamares en Turquía

Noviembre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Turquía - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



TABLA DE CONTENIDO

II. Resumen Ejecutivo4

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino 4

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado 4

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado 4

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial 4

5. Análisis FODA 5

III. Acceso al Mercado6

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino 6

2. Códigos Arancelarios país de Arancel 7

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores 8

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias 8

5. Regulaciones y normativas de importación 10

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país 11

7. Certificaciones: Legislación y requerimientos locales 11

IV. Potencial del Mercado12

1. Producción local y consumo 12

2. Importaciones 12

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado15

1. Identificación de los principales actores en cada canal..... 15

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados 15

3. Posicionamiento del producto en canales analizados 16

4. Estrategia comercial de precio..... 17

VI. Consumidor/ Comprador18

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas 18

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias 18

VII. Benchmarking (Competidores)18

1. Principales marcas en el mercado 18

2. Segmentación de competidores 19

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado 19

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado 20

5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: 21

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....22

IX. Fuentes de información relevantes.....22

X. ANEXO I: Certificado de Control24

XI. ANEXO II: Notificación sobre el “Certificado de Registro”25

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. Resumen Ejecutivo

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino

Calamares

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado

Chile todavía no es reconocido en Turquía como un proveedor de calamares pero puesto que se trata de un producto que indiscutiblemente ha penetrado la dura barrera de la gastronomía turca y teniendo en cuenta la inferior calidad de sus competidores de origen asiático el producto chileno tiene la posibilidad de apropiarse de una buena cuota del mercado.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado

Son necesarias acciones promocionales y una comparativa de precios para mostrar a los importadores y distribuidores mayoristas las ventajas del producto chileno respecto a los productos de la competencia.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial

Turquía fue visitada por más de 36 millones de habitantes en 2012 y se estima que el sector turístico seguirá creciendo. El crecimiento económico en el país que cada vez conlleva mayor poder adquisitivo ayudará el aumento en el consumo de calamares.

Hasta el momento no se han hecho campañas exclusivas para promocionar el consumo de calamares; no obstante lo anterior, en los últimos el consumo ha aumentado considerablemente.

Las formas de consumo son muy limitadas, principalmente anillos o tiras rebozadas y fritas con salsa tártara en los restaurantes. Hay que colaborar con las escuelas de gastronomía para ver qué otras formas puede haber para incluir en los menús en HORECA.

Otro hito debe ser llegar a las casas, por eso es importante hacer campañas de promoción en los puntos de venta (promoción de precio y cata en las cadenas de retail) y también es importante colaborar con los opinión leaders, periodistas de gastronomía, chefs famosos que hacen programas de televisión para mostrar recetas prácticas para el consumo doméstico.

Además del calamar congelado, sería recomendable exportar productos de mayor valor agregado en formatos especiales para retail con márgenes ajustados que permitan precios muy competitivos que generen grandes volúmenes y una democratización definitiva de este producto, de forma que llegue a las clases sociales con menor poder adquisitivo. En su elaboración se recomienda la utilización de tiras de calamar gigante de la especie *Dosidicus gigas*, que vayan recubiertos de especias y que se trate de un producto retail ready-to-eat.

Se observa que un grupo creciente de la población (aunque todavía reducido) comienza a ser sensible a los hábitos de su alimentación y salud, de forma que prefiere evitar los productos fritos en su dieta. En esta tendencia también impactan las campañas llevadas a cabo por sector público y privado para

fomentar una alimentación más sana recomendando no consumir alimentos fritos. Como los calamares en Turquía se consumen mayoritariamente fritos, es importante desarrollar otros formatos de consumo que sean más prácticos y sanos que el actual.

5. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Reducción arancelaria del calamar chileno gracias al TLC. Turquía, con su joven y creciente población promete un incremento en el consumo de alimentos El incremento del PIB per cápita implica un mayor poder de compra y acceso a nuevos productos alimenticios 	<ul style="list-style-type: none"> Restricciones en las ventajas arancelarias debido a las cuotas de importación Competidores asiáticos con estrategia de precios más agresiva
	<ul style="list-style-type: none"> Frecuente presencia en prensa y televisión ahondando en los beneficios del consumo de productos del mar. Crecimiento continuo del turismo (36 millones) que provoca un mayor consumo de productos alimenticios. El sector retail todavía no ha madurado ni está saturado lo que proporciona posibilidades de entrada para nuevos productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mostrar a las empresas importadoras las ventajas derivadas del TLC entre Chile y Turquía Campañas de marketing para posicionar el calamar chileno Presentación de nuevos productos elaborados a base de calamares. 	<ul style="list-style-type: none"> Es necesaria una formación al consumidor y a los profesionales para mostrar cuales son los posibles usos del calamar además de las tradicionales anillos rebozados, especialmente para garantizar su introducción en la cocina doméstica. Evaluar el potencial competitivo del calamar chileno en los mercados de Europa, específicamente Turquía. Realizar un benchmarking de precios medios de calamares chilenos y de otros países exportadores para analizar los resultados y presentarlo a los importadores.

III. Acceso al Mercado

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino

Código Arancelario SACH	Descripción
0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; moluscos ahumados, incluso pelados o cocidos, antes o durante el ahumado; harina, polvo y «pellets» de moluscos, aptos para la alimentación humana.
	- Jibias (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepiola</i> spp.); calamares y potas (<i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.):
0307.49	-- Los demás:
0307.4910	--- Calamares congelados (<i>Ommastrephes</i> spp.)
0307.4990	--- Los demás
0307.9991	---- Filetes de jibia o calamar rojo (<i>Dosidicus gigas</i>), congelados
0307.9992	---- Alas de jibia o calamar rojo (<i>Dosidicus gigas</i>), congeladas
0307.9993	---- Tubos o vainas de jibia o calamar rojo (<i>Dosidicus gigas</i>), congelados
0307.9999	---- Los demás
1605	Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados.
160554	-- Sepias (jibias) y calamares
16055410	--- Jibias (<i>Dosidicus gigas</i>)
16055490	--- Los demás

2. Códigos Arancelarios país de Arancel

Código Arancelario Turquía	Descripción
0307	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos y moluscos), vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y pellets de invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos), aptos para la alimentación humana:
	– Jibias (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepiola</i> spp.); calamares y potas (<i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.):
030749	-- Los demás: ---- Congelados: ----- Jibias (<i>Sepia officinalis</i>, <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepiola</i> spp.): ----- Del género <i>Sepiola</i>:
0307 49 01	----- <i>Sepiola rondeleti</i>
0307 49 11	----- Los demás
0307 49 18	----- Los demás ---- Calamares y potas (<i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.): ----- <i>Loligo</i> spp.:
0307 49 31	----- <i>Loligo vulgaris</i>
0307 49 33	----- <i>Loligo pealei</i>
0307 49 38	----- Los demás
0307 49 51	----- <i>Ommastrephes sagittatus</i>
0307 49 59	----- Los demás: ---- Los demás
0307 49 71	---- Jibias (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepiola</i> spp.) ---- Calamares y potas (<i>Ommastrephes</i> spp., <i>Loligo</i> spp., <i>Nototodarus</i> spp., <i>Sepioteuthis</i> spp.):
0307 49 91	----- <i>Loligo</i> spp., <i>Ommastrephes sagittatus</i>
0307 49 99	----- Los demás
0307 99	-- Los demás: --- Congelados:
0307 99 11	---- <i>Illex</i> spp.
1605540000	Jibias y calamares preparados o conservados:

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel EFTA B-Her.	Arancel EU	Arancel Otros: Indonesia	Arancel Otros: India	Arancel Otros: Malaysia	Arancel Otros: Tailandia	Arancel Otros: China
0307 49 31	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
0307 49 38	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
0307 49 51	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
0307 49 59	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
0307 49 99	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
0307 99 11	0%: 2200 T cuota* 37,5%: el resto	0% ilimitado sin cuota	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%	37,5%
1605 54 00	0%: 600 T cuota** 54%: el resto	0% ilimitado sin cuota	42%	54%	54%	54%	54%	54%

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias

En Turquía todos los productos alimenticios están sujetos al **8%** de IVA. A continuación se detallan los demás impuestos que se aplican a la importación de calamares en Turquía:

Código Arancelario	Chile				EFTA		EU		Otros Países (p.e. India, China, Malaysia, Tailandia, Indonesia)	
	Arancel *	Cuota Total País	Cuota por solicitud **	Fondo Colectivo de Vivenda***	Arancel	Fondo Colectivo de Vivenda	Arancel	Fondo Colectivo de Vivenda	Arancel	Fondo Colectivo de Vivenda
0307 49 31	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
0307 49 38	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
0307 49 51	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
0307 49 59	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
0307 49 99	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
0307 99 11	0%	2200 T	20 T	0%	0%	0%	37,5%	5,5%	37,5%	17,5%
1605 54 00	0%	600 T	10 T	0%	0%	0%	42%	0%	54%	0%

* Arancel reducido con cuota. Por encima de la cuota, el arancel a pagar sería igual al resto de países.

** La cuota máxima que puede solicitar un importador en cada solicitud de la Licencia de Importación

*** Fondo Colectivo de Vivienda reducido con cuota. Por encima de la cuota, el Fondo a pagar sería igual al resto de países.

Gracias al TLC entre Chile y Turquía que entró en vigor el 1 de Marzo de 2011 para los productos de la partida de 0307¹ se aplica una **reducción arancelaria del 100% hasta una cuota máxima de 2.200 toneladas**. Para poder beneficiarse de esta reducción arancelaria, los importadores turcos deben solicitar un documento llamado “**Licencia de Importación**” a la Dirección General del Ministerio de Economía de la República de Turquía. Con esta licencia se le asigna al importador la cuota con la que puede realizar la importación aprovechando la reducción arancelaria. Según la “Notificación sobre la Aplicación de los Contingentes Arancelarios para la Importación de Productos Agrícolas y Productos Agrícolas Transformados Originarios de la República de Chile con fecha 10.03.2011 y número BOE: 27870” para los productos mencionados en este párrafo, a cada importador se le puede asignar hasta un máximo de 20 toneladas de cuota en cada solicitud de la Licencia de Importación que realice hasta llegar a un total de 2.200 toneladas. Mientras haya cuota disponible, los importadores pueden solicitar la Licencia de Importación las veces que deseen siempre que entreguen la última Licencia utilizada al Ministerio de la Economía.

A la parte de la importación que se realiza sin la Licencia de Importación anteriormente descrita, se aplica el arancel general que define el Gobierno Turco para Otros Países que es de **37,5%** para los productos de la partida 0307 analizados en el presente estudio.

Además de los aranceles y el IVA, a la misma parte de la importación realizada sin Licencia de Importación de calamares de la partida 0307, se le aplica un impuesto interno llamado “**Fondo Colectivo de Vivienda**” que es del 17,5% para todos los países (excepto algunos países o regiones preferentes como EFTA con 0% y UE con 5,5%). Para los calamares de la partida 0307 provenientes de Chile, a los importadores con Licencia de Importación se les aplica el mismo porcentaje de reducción arancelaria para este Fondo, resultando un Fondo del 0% dentro de la cuota asignada.

En el caso de Jibias y Calamares Preparados o Conservados de la subpartida 160554 mientras el arancel general es del 54% (excepto EFTA con 0% y UE con 42%), gracias al TLC Chile-Turquía se aplica una reducción arancelaria del 100% hasta 600 Tm, siendo 10 Tm la cuota máxima que puede solicitar cada importador en cada solicitud.

Esto significa, en una importación de 22 Tm, el importador con una Licencia de Importación de 10 Tm pagaría un 54% del arancel para la parte que no cubre la Licencia de Importación de 12 Tm.

¹ (excepto 0307.19.10.00.00, 0307.29.05.00.00, 0307.31, 0307.39.05.00.00, 0307.41, 0307.49.05.00.00, 0307.59, 0307.60, 0307.79.10.00.00, 0307.89.10.00.00, 0307.99.10.00.00) Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos y moluscos), vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y pellets de invertebrados acuáticos (excepto los crustáceos), aptos para la alimentación humana

5. Regulaciones y normativas de importación

Los documentos necesarios para realizar la importación de calamares son los siguientes:

1. BILL OF LANDING
2. FACTURA COMERCIAL
3. CERTIFICADO ZOOSANITARIO
4. EUR-1
5. CERTIFICADO DE ORIGEN
6. CERTIFICADO DE REGISTRO emitido por la Cámara de Exportadores publicada por el Min. De Economía de la República de Turquía
7. CERTIFICADO DE CONTROL emitido por el Ministerio De Agricultura y Ganadería
8. CERTIFICADO DE CITES emitido por el Ministerio De Agricultura y Ganadería

Normativa y legislación aplicable a la importación de productos alimentarios:

Las normas generales del Código Alimentario Turco de 1997 están publicadas en la Gaceta Oficial del Estado (Nº 23.172) en la cual se detalla la normativa referente a los productos alimentarios en términos de higiene y sanidad, etiquetado y envasado.

Los trámites para la realización de importaciones se tramitan ante la Dirección General de Importación del Ministerio de Economía y concretamente para los productos alimentarios el Certificado de Control y el Certificado de Conformidad se tramitan ante el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería.

El Decreto sobre el Régimen de Regulaciones Técnicas y Estándares para el Comercio Exterior de 1995 y las adendas correspondientes a este régimen, conforman la normativa base para legal que permite el cumplimiento de los requisitos de protección de la salud y seguridad humana, vida y salud animal y vegetal, medio ambiente y seguridad nacional.

Normativa y legislación aplicable a la importación de calamares:

En el registro de la Declaración Aduanera se requiere el "Certificado de Registro" LINK
Este producto está sujeto al control de cabotaje LINK
La importación de estos productos se realiza con el Pre-Permiso emitido por el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería
La importación desde Japón está sujeta a control de radiación (Certificado de Conformidad de TAEK) y el ingreso en Turquía se realizan por solo ciertas aduanas concretas (Seguridad e Inspección del Producto 2013/2)
Aranceles a aplicar a las importaciones provenientes de Egipto
Aranceles a aplicar a las importaciones provenientes de Túnez
Aranceles a aplicar a las importaciones provenientes de Chile LINK
Se requiere PreAviso y Certificado de Conformidad del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Seguridad del producto e inspección: 2013/5 Anexo 1A) LINK
Se requiere el Certificado de CITES en la importación, exportación y re-exportación emitido por el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Comercio Exterior: 2011/1 - Anexos I-A, II-A, III-A)
Productos que requieren almacenamiento con temperatura controlada LINK
Requerimiento de Certificado Zoosanitario/Listado de aduanas para importación de animales y productos provenientes de animales LINK
Listado de productos que no pueden obtener el permiso para ser importados dentro del marco de Procesamiento Interno LINK

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

El envasado y etiquetado de los alimentos se rige por el Reglamento publicado en la Gaceta Oficial el 13 de Mayo de 1998. La información obligatoria que debe ser incluida en la etiqueta en el envase a granel del producto:

- a) Nombre del producto,
- b) Peso Neto,
- c) Nombre de la empresa productora y procesadora, marca registrada, dirección y país de producción
- d) Fecha de caducidad,
- e) Número de partida y/o número de serie,
- f) Certificado de control con número y fecha,
- g) País de origen,
- h) Información necesaria de consumo y/o requisitos de conservación.

7. Certificaciones: Legislación y requerimientos locales

- **Certificado de Control** (en turco: *Kontrol Belgesi*)

Antes de la exportación, la empresa importadora debe solicitar el Certificado de Control, presentando los siguientes documentos al Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería, Directorado General de Protección y Control:

- Formulario de Solicitud del Certificado de Control (ver [ANEXO I: CERTIFICADO DE CONTROL](#))
- Certificado de Origen
- Certificado Zoosanitario
- Factura o Factura Proforma

- **Certificado Zoosanitario** (en el país de origen)

- **Certificado de Registro** (en turco: *Kayıt Belgesi*) Ver [ANEXO II: Notificación sobre el “Certificado de Registro”](#). A la hora de registrar la Declaración Aduanera se requiere el Certificado de Registro. El Certificado de Registro se solicita ante la Cámara de Exportadores definida por el Ministerio de Economía de la República de Turquía. La empresa importadora ha de cubrir en primer lugar el formulario de solicitud online mientras que la empresa exportadora ha de cubrir otro formulario que deberá ser compulsado en la Embajada u Oficina Comercial de Turquía en el país de origen y enviado a Turquía. Con los dos formularios debidamente cubiertos, en 10 días laborables se obtiene el Certificado de Registro de la Cámara de Exportadores correspondiente. Este Certificado tiene una validez de 45 días sin posibilidad de prórroga.

Para poder aprovechar de la reducción arancelaria que supone el TLC Chile-Turquía, es imprescindible realizar la importación presentando el documento EUR-1.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Turquía tiene una producción local de volúmenes muy bajos principalmente en las aguas del Mar Egeo y Mediterráneo, siendo *Illex. Spp* la variedad más capturada. El volumen de producción local se estima inferior a media tonelada. Se estima que el consumo local es de 4.500 toneladas al año.

2. Importaciones

Al evaluar las estadísticas de importación de las partidas 030749, 030799 y 160554 correspondientes a los calamares y jibias, congelados y conservados, destacan los países asiáticos como China e India y España entre los países europeos.

Al analizar los precios promedio, se observa que a partir del 2011 el precio ha variado entre 3,20 USD y 3,90 USD por kg.

Si bien las exportaciones chilenas al mercado turco todavía no representan un gran volumen, cabe destacar el crecimiento continuo en las importaciones de Turquía desde el mundo en los últimos años que ha sido superiores al 37% para los calamares congelados y conservados.

Importaciones de Turquía 2010 – 2013 030749310000 – Loligo vulgaris, congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
Indonesia	37.350	44.975	72.000	207.214	146.280	546.049	47.200	195.121
Malaysia	25.630	28.903	11.180	46.124	32.240	132.522	4.740	18.321
India	673.756	670.240	64.800	261.187	19.440	29.034	-	-
Tailandia	24.288	34.143	-	-	-	-	-	-
China	24.000	17.305	-	-	-	-	-	-
Taiwán	16.000	19.802	-	-	-	-	-	-
Egipto	-	-	420	2.111	-	-	-	-
Tanzania	-	-	-	-	3.500	5.227	-	-
Total	801.024	815.368	148.400	516.636	201.460	712.832	51.940	213.442

Importaciones de Turquía 2010 – 2013 030749380000 – Los demás calamares, congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
India	397.964	479.349	529.968	1.690.494	990.848	3.790.908	389.983	1.492.773
Tailandia	97.032	120.725	168.384	577.713	239.724	935.849	186.711	728.061
China	123.908	84.938	-	-	162.110	706.590	107.800	437.732
Indonesia	-	-	23.830	90.049	20.844	89.756	36.700	143.317
Egipto	-	-	-	-	-	-	24.000	94.000
Pakistan	-	-	-	-	-	-	23.408	92.935
España	81.432	53.840	-	-	-	-	-	-
Vietnam	900	872	-	-	-	-	-	-
EEUU	-	-	27.198	99.456	-	-	-	-
Islas Malvinas	-	-	12.492	44.932	-	-	-	-
Malaysia	-	-	-	-	2.511	11.067	-	-
Total	701.236	739.724	761.872	2.502.644	1.416.037	5.534.170	768.602	2.988.818

Importaciones de Turquía 2010 – 2013 030749510000 – Ommastrephes sagittatus, congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
España	187.218	385.636	152.862	544.012	129.528	522.592	97.446	390.234
Total	187.218	385.636	152.862	544.012	129.528	522.592	97.446	390.234

Importaciones de Turquía 2010 – 2013 030749590000 – Los demás, congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
China	529.600	531.931	901.451	3.337.932	1.230.450	4.835.943	756.730	2.802.985
India	195.696	252.832	-	-	216.660	895.603	43.244	173.907
España	142.542	269.953	-	-	-	-	-	-
Peru	-	-	163.490	617.098	25.020	91.070	-	-
Chile	-	-	24.000	85.300	-	-	-	-
EEUU	-	-	-	-	19.050	71.343	-	-
Siria	-	-	-	-	13.350	31.557	-	-
Total	867.838	1.054.716	1.088.941	4.040.330	1.504.530	5.925.516	799.974	2.976.892

Importaciones de Turquía 2010 - 2013 030749990000 – Los demás, congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
China	128.800	114.459	358.010	1.474.576	124.755	515.088	63.950	261.964
Peru	-	-	22.255	85.470	10.752	52.632	-	-
India	-	-	69.400	273.306	-	-	96.000	355.261
España	-	-	-	-	17.850	125.941	11.385	80.912
Chile	-	-	-	-	73.988	264.276	40.000	142.125
Tailandia	-	-	-	-	-	-	2.520	9.285
Total	128.800	114.459	449.665	1.833.352	227.345	957.937	213.855	849.547

Importaciones de Turquía 2010 - 2013 030799110000 - Illex spp., congelados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
España	346.422	436.501	352.008	1.038.701	250.840	960.856	275.150	1.040.193
Argentina	19.404	121.362	85.009	325.765	-	-	-	-
India	11.400	10.320	-	-	-	-	-	-
China	444.292	354.422	301.478	1.027.910	15.400	87.490	24.300	98.036
Portugal	-	-	20.850	56.378	912	3.438	16.032	84.039
Grecia	-	-	-	-	2.997	11.903	-	-
Perú	-	-	-	-	3.990	16.290	-	-
Total	821.518	922.605	759.345	2.448.754	274.139	1.079.977	315.482	1.222.268

Importaciones de Turquía 2010 - 2013 160554000000 - Jibias y calamares preparados o conservados								
País	2010		2011		2012		2013*	
	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$	Volumen KG	Valor USD\$
España	-	-	-	-	46.872	262.167	28.278	156.125
Perú	-	-	-	-	24.976	61.802	-	-
Total	0	0	0	0	71.848	323.969	28.278	156.125

Fuente datos estadísticos: TUIK/TURKSTAT- Instituto de Estadísticas de Turquía

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

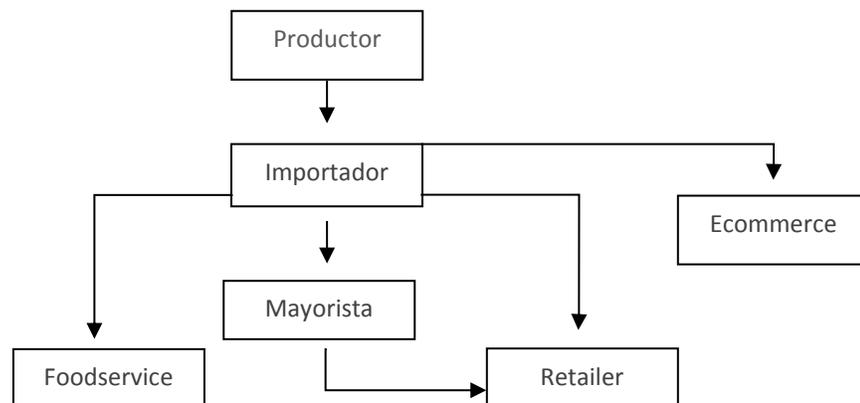
Canal Mayorista: se incluyen los grandes centros de distribución mayorista de pescados y productos del mar existentes en cada ciudad llamados “Balik Hali” (p.ej. en la ciudad Estambul existe uno en el barrio Yenikapı Balik Hali) y la cadena de distribución mayorista Metro (única en el país) que cuenta con 29 tiendas en todo el país además de otros importadores que realizan distribución al por mayor.

Canal Minorista: los calamares sólo se encuentran en las cadenas de supermercados de segmento medio-alto y en los mercados callejeros de pescado y productos del mar. Entre las cadenas de supermercados que comercializan calamares se encuentran:

- Migros: presente en 69 ciudades de Turquía con 851 tiendas, y 29 tiendas fuera del país, contando con 16 supermercados MacroCenter destinados al alto segmento.
- Carrefour
- Real

Foodservice/HORECA: Los calamares se consumen principalmente en los hoteles y restaurantes de todos los segmentos, especialmente en las ciudades y ubicaciones de costa. Se convirtió en uno de los platos principales en las comidas de pescado de la gastronomía turca. Para los productos del mar aún se conserva el canal de Importador -> Mayorista -> HORECA -> Consumidor. Recientemente uno de los importadores de productos del mar ha roto la cadena anterior habitual, empezando a distribuir directamente a los hoteles. Habrá que evaluar el éxito de esta nueva vía con el paso del tiempo.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados



Fuente: ProChile. Elaboración propia

El importador entrega al distribuidor mayorista y éste a las cadenas retail, cadenas de venta al por mayor como Metro, restaurantes, hoteles a la vez que a otros sub-distribuidores mayoristas.

3. Posicionamiento del producto en canales analizados

Por falta de costumbre de consumo doméstico de productos del mar en general, pocas familias cocinan calamares en sus hogares y por eso se considera todavía como un producto para consumir fuera de casa.



Al consumirse el calamar rebozado y frito lo hace poco atractivo para el consumo doméstico donde no se suelen realizar frituras. En los últimos 3 años, se han introducido en los supermercados las anillas de calamar congelado, con su correspondiente receta de preparación y en ocasiones incluyendo la salsa tártara que típicamente acompaña a los calamares en Turquía, en un intento de aumentar la difusión

del producto para su consumo doméstico.

Los calamares frescos en las cadenas de supermercados se encuentran en la sección de pescadería fresca.



Calamares locales en mercado callejero (10 TL / 5 USD kg.)



Zona de congelados de la cadena de retail MacroCenter



En algunos restaurantes de pescado precocinado se pueden encontrar anillas de calamar en el menú

4. Estrategia comercial de precio

El margen del importador es entre 20-25% y del distribuidor mayorista entre 25-30%. Los supermercados tienen un margen del 50% aproximadamente y el canal HORECA más del doble del coste.

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas

El consumidor turco suele consumir calamares principalmente fuera de casa como un aperitivo caliente antes de comer pescado y generalmente en forma de anillas rebozadas y fritas que suele ir acompañados de salsa de tártara. Una variante menos extendida es la elaboración de tiras de calamar en una cazuela de barro con especias. Aunque recientemente se distribuyen en las cadenas de retail en forma de anillas para el consumo doméstico, el consumidor todavía lo asocia como un alimento a consumir en restaurantes.

En cuanto a la distribución geográfica, es un producto consumido sobre todo en las costas de Egeo y Mediterránea y en las ciudades grandes como Estambul, Ankara, Antalya, Izmir, Mersin, Bursa, Samsun es muy común encontrar calamares en los restaurantes de pescado y debido al precio de la ración (entre 15-20 TL / 7,5 y 10 USD) lo convierte en un producto para un consumidor de perfil medio-alto.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias

En cuanto al consumo doméstico, se puede decir que los consumidores, sobre todo los jóvenes son cada vez más sensibles con su alimentación y tratan de consumir más pescado y productos del mar. Las campañas de promoción realizadas por el sector público y privado para aumentar el consumo de pescados también ayudaron al aumento del consumo de otros productos del mar como los calamares.

Además el crecimiento económico y aumento en el poder adquisitivo de los turcos también ayudan al aumento del consumo de productos del mar.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado

En el canal Foodservice sin duda la marca española FandiCosta se considera la de mayor calidad.

En el canal retail, existen varias marcas locales que procesan los calamares locales e importados con su propia marca, de los cuales destacan Iglo, Pinar, Superfresh, Marines y Conker.

2. Segmentación de competidores

Las variedades más apreciadas son Loligo Vulgaris y por eso los países que exportan de esta variedad tienen una mayor ventaja.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado

En cuanto al canal mayorista se suele utilizar el packaging shrink y congelado IQF para los tubos de calamares.

Para anillas de calamares los formatos preferidos para retail son las bandejas o bolsas de plástico de 350, 400 y 500 gr.



Al tratarse de un producto poco común para consumir en casa, la gran mayoría de los consumidores no conocen las formas de cocinar este producto por lo que los procesadores locales suelen poner distintas recetas prácticas en los envases, e incluso la marca PINAR en su formato de caja de plástico de 400 gr. incluye como regalo la salsa tártara.



Además para diferenciarse suelen destacar los siguientes datos: Congelado IQF, Sin aditivos o conservantes, Natural, Fuerte Fuente de Proteína, etc.

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado

Establecimiento	Precio unitario	Marca	Producto	Fotografía
MIGROS Barrio Ortakoy	39,90 TL/kg (20 USD/kg)	NA	Calamar fresco	
CARREFOUR Barrio Cihangir	10,90 TL (5,50 USD)	Marines	Anillas de calamar congelado en bolsas de 500 gr.	
MIGROS ONLINE	22 TL (11 USD)	CONKER	Calamar troceado congelado en bolsas de 200 gr.	

MIGROS ONLINE	19,05 TL (9,50 USD)	PINAR	Anillas de calamar congelado en paquetes de 400 gr.	
MIGROS ONLINE	15,50 TL (7,75 USD)	SUPERFRESH	Anillas de calamar congelado en paquetes de 350 gr.	
MIGROS ONLINE	18,80 TL (9,40 USD)	IGLO	Anillas de calamar congelado rebozadas en bolsas de 350 gr.	
Calamar local entero en mercado callejero	5 TL/kg. (2,5 USD)		Calamar entero proveniente de la zona de Çanakkale (en temporada)	

5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

Hasta el momento no se han hecho campañas exclusivas para aumentar el consumo de calamares en Turquía pero sí se han realizado varias campañas online y de testeo en general para aumentar el consumo de pescado. Estas campañas para aumentar el consumo de éstos como productos saludables

e importantes para una alimentación saludable ayudarán a mejorar la percepción y aumentar el consumo del resto de productos del mar.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

En términos generales los actores del mercado son optimistas respecto al potencial del producto en el mercado turco. El incremento en el consumo interno y los gustos de los jóvenes turcos que quieren imitar aquello que ven o prueban en sus viajes (principalmente a Europa) representa un buen estímulo para el consumo.

El calamar preferido es el de origen asiático de la variedad *Loligo vulgaris*. Los principales importadores reconocen a la empresa Fandicosta de origen español como la marca de referencia en el mercado, tanto es así que han aparecido en el mercado calamares de otros orígenes envasados bajo la marca Fandicosta e imitando el mismo formato de envase, para aprovecharse de su buen posicionamiento en el mercado, sin que la empresa haya tomado cartas en el asunto hasta el momento.

El consumo de calamares todavía tiene una clara variante regional, principalmente en lugares de costa en los que proliferan los restaurantes de pescado, puesto que esta es una característica específica de la gastronomía turca puesto que hay una clara división entre restaurantes de pescado y de carne. Es en los primeros donde, tras los entremeses o aperitivos se sirven los calamares como plato intermedio antes del pescado.

IX. Fuentes de información relevantes

- [Republic of Turkey Ministry of Food, Agriculture and Livestock](#)
- [Federation of Food and Drink Industry Associations of Turkey](#)
- [General Directorate of Protection and Control \(GDPC\)](#)
- [ETO – Asociación de producción ecológica](#)
- [Subsecretaría de Comercio Exterior](#)
- [Ministry of Customs and Trade](#)

FERIAS:**Anfaş Food Product – 21 International Trade Exhibition for Food**

La 21ª edición será organizada por Anfaş, entre el 19 - 22 de Febrero de 2014 en Antalya, Turquía.

E-mail: info@anfas.com.tr

Sitio Web: <http://www.anfasfoodproduct.com/index.php/en>

WORLD FOOD FAIR – 22 International Trade Exhibition for Food

La 22ª edición se celebrará entre el 9 - 12 de Octubre de 2014 en Estambul.

E-mail: info@ite-turkey.com

Sitio Web: <http://www.ite-turkey.com>

FOOD SHOW ISTANBUL

Evento que sustituye a la feria Foodist (de la cual se celebraron 7 ediciones) y que se celebrará entre el 13 – 16 de Febrero en el recinto ferial de TUYAP en Estambul

E-mail: foodshow@tuyap.com.tr

Sitio Web: <http://www.foodshowistanbul.com>

X. ANEXO I: Certificado de Control

Ek-8 Kontrol Belgesi Örneği

T.C. GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI Genel Müdürlüğü/..... İl Müdürlüğü KONTROL BELGESİ	
GTİP (1) :	:
Madde ismi (2) :	:
Hangi listede yer aldığı :	:
İthalatçı firmanın	:
- Ticaret unvanı :	:
- Adresi ve tel no :	:
- Vergi dairesi :	:
- Vergi sicil no :	:
İhracatçı firmanın	:
- Ticaret unvanı :	:
- Adresi :	:
Maddenin	:
Kullanım yeri :	:
İthal amacı (3) :	:
Miktarı :	:
Şarj no (4) :	:
Menşe ülkesi :	:
Yükleme ülkesi :	:
Giriş gümrüğü :	:
Kullanıcı firmanın	:
- Ticaret unvanı :	:
- Adresi ve tel no :	:
İthal edilecek maddenin özelliğine göre aşağıdaki ilgili başlığı yuvarlak içine alınız. (Madde B grubunda ise ayrıca ilgili bölümün altı çizilir.) A- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu hükümlerine uygundur. B- Avrupa Topluluğu, Dünya Sağlık Teşkilatı, Dünya Gıda Kodeksi spesifikasyonlarına uygundur. C- 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu hükümlerine uygundur. D- 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu hükümlerine uygundur. E- 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu hükümlerine uygundur.	
(1) GTİP tespiti Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın sorumluluğunda değildir. (2) Proforma faturada tek isim altında birden fazla madde varsa bunların orijinal isimleri ayrı ayrı belirtilecektir. (3) Canlı su ürünleri ithalatında belirtilecektir. (4) Veteriner tıbbi ürünlerin, bu ürünlerin veya başlangıç maddelerinin üretiminde kullanılan maddelerin ithalatında belirtilecektir.	
Taraflımızca düzenlenen işbu formdaki bilgilerin doğru ve eksiksiz olduğunu ve ithalatı Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın Kontrolüne Tabi Ürünlerin İthalat Denetimi Tebliği (Ürün Güvenliği ve Denetimi: 2012/5) hükümlerine uygun olarak yapacağımızı taahhüt ederiz.	
Firma kaşesi Yetkilinin Adı ve Soyadı İmza	
İlgili Tebliğ uyarınca yapılan incelemede, işbu Kontrol Belgesi kapsamı ürünün, insan sağlığı ve güvenliği ile hayvan ve bitki varlığı ve sağlığı yönünden gümrük aşamasında yapılacak denetimlerde uygun bulunması halinde ithali uygun görülmüştür.	
İmza ve mühür Tarih	

XI. ANEXO II: Notificación sobre el “Certificado de Registro”

Fuente: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/06/20130604-9.htm>

4 Haziran 2013 SALI

Resmî Gazete

Sayı : 28667

pro|CHILE

TEBLİĞ

Ekonomi Bakanlığından:

İTHALATTA GÖZETİM UYGULANMASINA İLİŞKİN TEBLİĞ (TEBLİĞ NO: 2013/9)

Amaç ve kapsam

MADDE 1 – (1) Bu Tebliğin amacı; ek-1’de gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) belirtilen ürünlerin ithalatının kayda alınmak suretiyle ileriye yönelik olarak gözetime tabi tutulmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Kayda alma

MADDE 2 – (1) 1 inci maddede belirtilen ürünleri ithal etmek isteyen ithalatçılar, gerçekleştirecekleri ithalata ilişkin bilgileri ithalattan önce Ekonomi Bakanlığı tarafından yetkilendirilen ve ek-2’de yer alan listede gösterilen “Kayıt Merkezleri”ne kaydettirirler. İthal işleminin kayda alındığına dair bir “Kayıt Belgesi” düzenlenir.

(2) 1 inci maddede belirtilen ürünler, bir gümrük beyannamesi kapsamında, brüt 50 kg veya daha az miktarda ithal edilecek ise kayda alma uygulamasına tabi değildir.

İthalat

MADDE 3 – (1) Kayda alınacak ürünlerin serbest dolaşıma girişinde gümrük beyannamelerinin tescilinde menşe ayrımı yapılmaksızın, 2 nci maddede belirtilen “Kayıt Belgesi” veya elektronik ortamdaki kayıt, ithalatçı tarafından ilgili gümrük idaresine sunulur.

Başvuru

MADDE 4 – (1) Kayıt belgesi taleplerine ilişkin başvuruların değerlendirmeye alınabilmesi için ek-3’te yer alan “Kayıt Belgesi Başvuru Formu”nun tam ve usulüne uygun bir şekilde doldurulması ve bu formun ekindeki belgelerle birlikte eksiksiz olarak kayıt merkezlerinden birine iletilmesi gerekmektedir.

İnceleme

MADDE 5 – (1) Kayıt Belgesi Başvuru Formu’nun ve başvuru formuna eklenecek belgelerin ilgili kayıt merkezine iletilmesini müteakip gerekli görülmesi halinde ek bilgi ve belge istenebilir.

Başvurunun sonuçlandırılması

MADDE 6 – (1) Tam ve usulüne uygun olarak yapılan kayıt belgesi başvuruları en geç on işgünü içerisinde sonuçlandırılır.

(2) Yapılan beyanın gerçeğe aykırı olduğunun, başvurularda sunulan bilgi ve belgelerde tutarsızlık bulunduğu tespit edilmesi veya bu yönde ciddi şüphe olması halinde söz konusu hususlar açıklığa kavuşturuluncaya kadar kayıt belgesi düzenlenmez. Bu nitelikteki başvurular değerlendirilmek üzere ilgili kayıt merkezince koordinatör kayıt merkezine intikal ettirilir.

Kayıt belgesine ve kayıt belgesinin kullanımına ait bilgiler

MADDE 7 – (1) Kayıt belgelerinin geçerlilik süresi kırkbeş gündür. Bir kayıt belgesi birden fazla beyanname için kullanılamaz ve süresi uzatılamaz.

(2) Kayıt belgesi, 27/10/1999 tarihli ve 4458 sayılı Gümrük Kanununun "Eşyanın Gümrük Kıymetine" ilişkin hükümlerinin uygulanmasını engellemez ve diğer mevzuat çerçevesinde alınması gereken belgelerin yerine geçmez.

(3) Gümrük beyannamesinin tescili sırasında gümrüklerce tespit ve kabul edilen kıymet veya miktarın, kayıt belgesinde kayıtlı kıymet veya miktarı, toplam %5’ten (%5 dahil) daha az bir oranda aşması ithalatın yapılmasını engellemez. Ancak gümrük beyannamesinin tescili sırasında gümrüklerce tespit ve kabul edilen kıymet veya miktarın, kayıt belgesinde kayıtlı kıymet veya miktarı, toplam %5’ten daha fazla bir oranda aşması halinde yeni bir “Kayıt

Belgesi”nin veya elektronik ortamdaki kaydının ithalatçı tarafından ilgili gümrük idaresine sunulması zorunludur.

(4) Kayıt belgesi üçüncü kişilere devredilemez.

Tarım izleme komitesi

MADDE 8 – (1) Tebliğ kapsamındaki eşyanın niteliği, menşei, değeri ve benzeri özellikleri ile ithalatının kayda alınmasına ilişkin belirlenen diğer iş ve işlemlere ilişkin Ekonomi Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğüne (Genel Müdürlük) tavsiye ve önerilerde bulunmak üzere Tarım İzleme Komitesi (Komite) oluşturulur. Komitenin üyeleri, oluşturulması, görevleri ile çalışma usul ve esasları Genel Müdürlükçe belirlenir.

Yürürlükten kaldırılan tebliğ

MADDE 9 – (1) 9/1/2011 tarihli ve 27810 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (No: 2011/1) yürürlükten kaldırılmıştır.

Yürürlük

MADDE 10 – (1) Bu Tebliğ yayımını takip eden 30 uncu gün yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 11 – (1) Bu Tebliğ hükümlerini Ekonomi Bakanı yürütür.