

---

# Estudio de Mercado Conservas de Pescado en Turquía

Agosto 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Estambul

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto</b> .....	5
<b>3. Código Sistema Armonizado Local</b> .....	5
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	7
<b>1. Arancel General</b> .....	7
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno</b> .....	8
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias</b> .....	10
<b>4. Otros Impuestos</b> .....	10
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	11
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	13
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	13
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	15
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	16
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	17
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	21
<b>1. Potencial del producto</b> .....	21
<b>1.1. Formas de consumo del producto.</b>	22
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).</b>	24
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b>	27
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b>	30

<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b>	<b>30</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>31</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>31</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>32</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>32</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>34</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>36</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>37</i>
<i>ANEXO I: Modelo de Licencia de Importación.....</i>	<i>38</i>
<i>ANEXO II: Volúmenes de contingente máximos.....</i>	<i>40</i>
<i>ANEXO III: Formulario solicitud Certificado Supervisión .....</i>	<i>41</i>
<i>ANEXO IV: Certificado de Control.....</i>	<i>43</i>
<i>ANEXO V: Certificado de Conformidad .....</i>	<i>44</i>
<i>ANEXO VI: Carta de Compromiso de etiquetado .....</i>	<i>45</i>
<i>ANEXO VII: Estadísticas de Importación .....</i>	<i>46</i>

## I. PRODUCTO

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Código SACH	Descripción
1604	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado
	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado
1604.11	-- Salmones
1604.1110	--- Ahumados
1604.1190	--- Los demás
1604.1200	-- Arenques
1604.13	-- Sardinias, sardinelas y espadines
	--- Sardinias
1604.1311	---- Al natural
1604.1312	---- Con salsa de tomate
1604.1319	---- Las demás
1604.1390	--- Los demás
1604.14	-- Atunes, listados y bonitos ( <i>Sarda spp.</i> )
1604.1410	--- Atunes
1604.1420	--- Listados
1604.1430	--- Bonitos
1604.1500	-- Caballas
1604.16	-- Anchoas
1604.1610	--- En aceite
1604.1690	--- Las demás
1604.1700	-- Anguilas
1604.19	-- Los demás
	--- Jurel
1604.1911	---- Al natural
1604.1912	---- Con salsa de tomate
1604.1913	---- En aceite
1604.1919	---- Las demás
1604.1920	--- Congrio
1604.1930	--- Trucha
1604.1940	--- Merluza
1604.1990	--- Los demás
1604.20	- Las demás preparaciones y conservas de pescado:
1604.2010	-- De atún

1604.2020	-- De bonito
1604.2030	-- De salmón
1604.2040	-- De sardina y jurel
1604.2050	-- De caballa
1604.2060	-- De anchoas
1604.2070	-- De merluza
1604.2090	-- Las demás
	- Caviar y sus sucedáneos
1604.3100	-- Caviar
1604.3200	-- Sucedáneos del caviar

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Este estudio se limita al análisis de las conservas de pescado, dentro del sector de los productos del mar. No obstante, pueden encontrarse en el presente estudio diversas referencias al pescado fresco, congelado u otras presentaciones para facilitar la comprensión del papel de las conservas de pescado en el mercado turco.

Este grupo de productos están agrupados de la glosa 1604 que comprende todos aquellos pescados de procedencia marítima que han sido procesados de alguna forma y envasados en conserva.

Por lo tanto, se trata de productos del mar a los que se les ha agregado valor con el objetivo de facilitar el manejo, mejorar la presentación y ofrecer al consumidor una mayor comodidad para su consumo

## 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

Código NC	Descripción
1604	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado
	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado
1604.11	-- Salmones
1604.1200	-- Arenques
1604.1210	--- Filetes crudos simplemente rebozados con pasta o con pan rallado (empanados), incluso precocinados en aceite, congelados
	--- Los demás:
1604.1291	---- En envases herméticamente cerrados
1604.1299	---- Los demás
1604.13	-- Sardinas, sardinelas y espadines
	--- Sardinas

Código NC	Descripción
1604.1311	---- En aceite de oliva
1604.1319	---- Las demás
1604.1390	--- Los demás
1604.14	-- Atunes, listados y bonitos ( <i>Sarda</i> spp.)
	--- Atunes y listados
1604.1411	---- En aceite vegetal
	---- Los demás:
1604.1416	----- Filetes llamados <i>lomos</i>
1604.1418	----- Los demás
1604.1490	--- Bonitos ( <i>Sarda</i> spp.)
1604.1500	-- Caballas
	--- De las especies <i>Scomber scombrus</i> y <i>Scomber japonicus</i> :
1604.1511	---- Filetes
1604.1519	---- Los demás:
1604.1590	--- De la especie <i>Scomber australasicus</i>
1604.16	-- Anchoas
1604.19	-- Los demás
1604.20	- Las demás preparaciones y conservas de pescado:
1604.2005	-- Preparaciones de surimi
	-- Las demás:
1604.2010	--- De salmones
1604.2030	--- De salmónidos (excepto los salmones)
1604.2040	--- De anchoas
1604.2050	--- De sardinas, de bonito o de caballas de las especies <i>Scomber scombrus</i> y <i>Scomber japonicus</i> y pescados de las especies <i>Orcynopsis unicolor</i>
1604.2070	--- De atunes, listados y los demás pescados del género <i>Euthynnus</i>
1604.2090	--- De los demás pescados
1604.30	- Caviar y sus sucedáneos
1604.3010	-- Caviar (huevas de esturión)
1604.3090	-- Sucédáneos del caviar

## II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL

En la siguiente tabla se detallan los aranceles correspondientes para los productos contemplados en este estudio con origen Chile.

Código HS	Arancel (%)				Ventajas aplicables según el TLC			Fondo Colectivo de Vivienda (% sobre precio CIF)			Precio mínimo estimado CIF (USD\$ x T)	IVA
					Volumen del contingente arancelario (cuota)	Derecho de aduana preferencial (% reducción)	Arancel final para Chile (%)					
Código SA	EFTA B-HER.	U.E.	Otros	Chile				EFTA	U.E.	Otros		
1604	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0		8%
1604.11	0	64	80	80	400 t <sup>1</sup>	50%	40	0	0	0	5.000	
1604.1200	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1210	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1291	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1299	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.13	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1311	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1319	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.1390	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	3.000	
1604.14	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	4.000	
1604.1411	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	4.000	
1604.1416	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	4.000	
1604.1418	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	4.000	
1604.1490	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	4.000	
1604.1500	0	64	80	80	300 t <sup>2</sup>	50	40	0	0	0	4.000	
1604.1511	0	64	80	80				0	0	0	4.000	
1604.1519	0	64	80	80				0	0	0	4.000	

Código HS	Arancel (%)				Ventajas aplicables según el TLC			Fondo Colectivo de Vivienda (% sobre precio CIF)			Precio mínimo estimado CIF (USD\$ x T)	IVA
1604.1590	0	64	80	80				0	0	0	4.000	
1604.16	0	64	80	80	200 t <sup>3</sup>	50	40	0	0	0	4.000	
1604.19	0	64	80	80	100 t <sup>4</sup>	50	40	0	0	0	5.000	
1604.20	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2005	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2010	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2030	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2040	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2050	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2070	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.2090	0	64	80	80	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.30	0	70	81,90	81,90	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.3010	0	70	81,90	81,90	-	-	-	0	0	0	5.000	
1604.3090	0	70	81,90	81,90	-	-	-	0	0	0	5.000	

FUENTE: [lista de aranceles publicada por el Ministerio de Economía de Turquía](#)

<sup>1</sup> Valor aplicable conjuntamente a la categoría arancelaria 1604.11

<sup>2</sup> Valor aplicable conjuntamente a la categoría arancelaria 1604.15

<sup>3</sup> Valor aplicable conjuntamente a la categoría arancelaria 1604.16

<sup>4</sup> Valor aplicable conjuntamente a la categoría arancelaria 1604.19

## 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

El Tratado de Libre Comercio con Turquía que entró en vigor el 1 de Marzo de 2011, fue promulgado mediante Decreto Supremo Número 17 de 13 de Enero de 2011 del Ministerio de Relaciones Exteriores, publicado en el Diario Oficial el 01 de Marzo de 2011.

El Acuerdo incluye Capítulos de Acceso a Mercado, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Normas de Origen, Procedimientos Aduaneros, Medidas de Salvaguardia, Solución de Controversia y Disposiciones Legales. Asimismo, dispone de un Apéndice de Notas Explicativas relativas al concepto de productos originarios y procedimiento de cooperación administrativa.



El Tratado beneficia, especialmente, a los sectores minero, frutícola y agroalimentario, pesquero y forestal. Las principales especies frutícolas chilenas gozan de importantes rebajas arancelarias al igual que los principales productos pesqueros y forestales nacionales.

**Programa de liberalización**

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Turquía, permite que el 98% del comercio entre ambos países quede libre de arancel a partir de la entrada en vigencia del TLC y los productos restantes, incluidos en el cronograma de desgravación, serán liberados en un plazo máximo de 6 años.

Existe una reducción del 50% en los aranceles de algunos de los productos objeto de este estudio según el Tratado de Libre Comercio (en adelante TLC) que ha entrado en vigor en Marzo de 2011. Las reducciones para estos productos se aplican siguiendo un sistema de cuotas. La empresa importadora turca, debe solicitar anualmente a la Subsecretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Economía, la Licencia de Importación\* (en turco: İthal Lisansı) para cada producto que desee importar. En esta solicitud, la empresa importadora demanda su cuota estimada, aunque en la mayoría de los casos, la cuota final entregada a la empresa importadora es inferior a la solicitada por desconocimiento de los contingentes máximos que se puede solicitar\* en cada trámite de petición de cuota al Ministerio de Economía. Esto implica que las importaciones de un producto por parte de una misma empresa puedan estar sujetas a distintos aranceles (con y sin reducción) si ha excedido su cuota asignada.

\* Consultar [ANEXO I: Modelo de Licencia de Importación](#)

[ANEXO II: Volúmenes de contingente máximos](#)

**Descuentos del TLC:**

Código arancelario	Descripción del producto	Volumen del contingente arancelario	Derecho de aduana preferencial (%)
1604.11	Salmones	400 T	50% reducción NMF
1604.15	Caballas	300 T	50% reducción NMF
1604.16	Anchoas	200 T	50% reducción NMF
1604.19	Los demás	100 T	50% reducción NMF

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Los países miembros de EFTA (Noruega, Suiza, Islandia, Liechtenstein) y Bosnia Herzegovina tienen ventajas arancelarias respecto a Chile y otros países.

Mientras que Chile se beneficia de una reducción arancelaria de 50% para los productos pertenecientes a 1604.11, 1604.15, 1604.16, 1604.19 bajo cuotas, los miembros de EFTA y Bosnia Herzegovina no pagan ningún arancel sin tampoco estar sujetos a cuotas.

Serbia tiene TLC con Turquía y para la glosa 1604 tienen una reducción arancelaria de 60% con una cuota de 250 t.

Albania también tiene TLC con Turquía y para la glosa 1604 tienen una reducción arancelaria de 100% con una cuota de 400 t.

### 4. OTROS IMPUESTOS

#### Impuesto de consumo de lujo:

En los productos de los siguientes capítulos arancelarios, correspondientes al Caviar y sus sucedáneos, se aplica, además de los impuestos anteriormente mencionados, un impuesto de lujo del 20%.

Código arancelario	Descripción del producto	Impuesto aplicable (%)
1604.30	- Caviar y sus sucedáneos	20%
1604.31	-- Caviar	20%
1604.32	-- Sucedáneos del caviar	20%

FUENTE: [Dirección General de Hacienda de Turquía](#)

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

El TLC solo beneficia 4 productos de abajo y las reducciones para estos productos se aplican siguiendo un sistema de cuotas. La empresa importadora turca, debe solicitar anualmente al Ministerio de Economía, la Licencia de Importación (en turco: İthal Lisansı) para cada producto que desee importar (ver detalle en el [ANEXO I: MODELO DE LICENCIA DE IMPORTACIÓN](#)). Para poder solicitar la Licencia de Importación la empresa importadora debe haber importado el mismo producto durante al menos los últimos dos años.

Además de la cuota total por partida arancelaria, existe una cuota máxima que puede solicitar cada empresa. Se puede consultar esta tabla con los volúmenes de contingente máximos solicitables individualmente en el [ANEXO II: VOLÚMENES DE CONTINGENTE MÁXIMOS](#). En esta solicitud, la empresa importadora puede demandar la máxima de su cuota estimada, aunque en la mayoría de los casos, la cuota final entregada a la empresa importadora es inferior a la solicitada por desconocimiento de los contingentes máximos que se puede solicitar en cada trámite de petición de cuota al Ministerio de Economía. Esto implica que las importaciones de un producto por parte de una misma empresa puedan estar sujetas a distintos aranceles (con y sin reducción) si ha excedido su cuota asignada.

Aunque el importador pueda solicitar el Certificado de Importación las veces que quiera, en muchos casos, a partir de los primeros meses del año no queda más cuota disponible.

Este hecho, supone indirectamente una barrera para el importador pues en caso de que reciba una cuota insuficiente para el volumen de importaciones a realizar, el arancel que aplica no estará sujeto a reducción alguna.

Otra barrera para-arancelaria, es el establecimiento de un precio mínimo (CIF) estimado por tonelada (en USD\$) para algunos productos. El Ministerio de Economía fija este precio mínimo y a la empresa importadora que reciba el producto (en una cantidad superior a 50kg.) pagando una cantidad inferior al mismo, se le presentan las siguientes alternativas:

1. Solicitar un Certificado de Supervisión al Ministerio de Economía (ver el modelo de solicitud en el [ANEXO III: FORMULARIO SOLICITUD CERTIFICADO SUPERVISIÓN](#)), con una validez de 6 meses. Una vez conseguido este Certificado, se adjunta a la Declaración de Importación original y a la hora de aplicar los impuestos y aranceles se considerará el precio CIF obtenido originalmente por la empresa importadora.
2. Realizar una segunda Declaración de Importación por el importe restante hasta alcanzar el precio CIF mínimo establecido por el Ministerio de Economía sobre el que se aplicarán los impuestos y aranceles correspondientes.

En la práctica, estas alternativas no se pueden considerar tal, puesto que el Ministerio de Economía deniega la emisión del Certificado de Supervisión en la mayoría de los casos (según comentarios de empresas importadoras y asesorías aduaneras) lo que fuerza a la empresa importadora a realizar la segunda Declaración de Importación directamente para ahorrarse el primer trámite y la consecuente pérdida de tiempo.

Se puede consultar a continuación la tabla que establece los precios mínimos CIF (USD\$ x T) para algunos de los códigos arancelarios tratados en el presente estudio:

Código arancelario	Descripción del producto	Precio mínimo estimado CIF (USD\$ x Tm)
1604.11.00.00.00	Salmones	5.000
1604.12	Arenques	3.000
1604.13	Sardinias, sardinelas y espadines	3.000
1604.14	Atunes, listados y bonitos (Sarda spp.)	4.000
1604.15	Caballas	4.000
1604.16.00.00.00	Anchoas	4.000
1604.19	Los demás	5.000
1604.20	Las demás preparaciones y conservas de pescado	5.000
1604.30	Caviar y sus sucedáneos	5.000
1605.10.00.00.00	Cangrejos (excepto macruros)	5.000
1605.20	Camarones, langostinos y demás Decápodos natantia	5.000
1605.30	Bogavantes	5.000
1605.40	Los demás crustáceos	5.000
1605.90	Los demás	5.000

**FUENTE:** Notificación publicada por la Subsecretaría de Comercio Exterior en el [Boletín Oficial del Estado nº 27932](#) (12-Mayo-2011)

### III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

#### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

La ley que regula el comercio exterior en Turquía es la Ley Aduanera N° 4458 del 27/10/1999. El 1 de Enero de 2002 entró en vigor el nuevo Decreto sobre el Régimen de Importaciones, que constituye la última norma complementaria al Acuerdo Aduanero (firmado con la Unión Europea) de 1996.

La [regulación vigente](#) para la importación de productos del mar está bajo el control del Directorado General de Protección y Control (*Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü*) del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería.

#### Documentación Requerida para la importación:

- **Licencia de Importación (en turco: *Ithal Lisansı*)**

La empresa importadora solicita la Licencia de Importación (*Ithal Lisansı*) al Ministerio de Economía para conseguir la asignación de un volumen de contingente arancelario que le proporcione ventajas preferenciales.

La distribución de los volúmenes de contingente, así como el modelo de Licencia de Importación se establecen en la regulación [Şili Cumhuriyeti Menşeli Bazı Tarım ve İşlenmiş Tarım Ürünleri İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar - 2011/1416](#) (Ver [ANEXO I: MODELO DE LICENCIA DE IMPORTACIÓN](#) y [ANEXO II: VOLÚMENES DE CONTINGENTE MÁXIMOS](#)) disponible en el Boletín Oficial del Estado n° 27870. Además, en esta regulación se detallan los criterios de distribución de los volúmenes de contingente, el formulario de solicitud de la Licencia de Importación, los documentos necesarios para solicitar la Licencia de Importación, el modelo de Carta de Solicitud para la Licencia de Importación y el Formulario de Actividad.

- **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 IV: CERTIFICADO DE CONTROL](#))
- Certificado de Origen
- Certificado Zoosanitario
- Factura o Factura Proforma

Para las conservas de pescado, la validez del Certificado de Control es de 4 meses. Para los productos frescos, este certificado se suele emitir con celeridad, si bien en el caso de los productos congelados se suele demorar.

- **Certificado de Conformidad (en turco: *Uygunluk Yazisi*)**

Una vez recibido el Certificado de Control, la empresa importadora debe solicitar el Certificado de Conformidad ante el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería, presentando los siguientes documentos:

- Certificado de Control
- Carta de solicitud (ver [ANEXO V: CERTIFICADO DE CONFORMIDAD](#))
- Factura proforma o factura
- Veterinary Health Certificate
- Certificado de origen
- Certificado de actividad de la empresa importadora
- Circulares de las firmas de los responsables de la empresa
- Certificado de [CITES](#)
- Certificado de ICCAT (solo para la especie *Thymus thynnus*)
- Certificado de contenido
- Etiqueta/Borrador de Etiqueta
- Carta de Declaración de Compromiso de Etiquetado (en turco: *Etiket Taahhutnamesi*) (Ver [ANEXO VI: CARTA DE COMPROMISO DE ETIQUETADO](#))

- **Certificado Veterinario de Ingreso (Veteriner Giriş Belgesi)**

- **Declaración de Importación (en turco: *Ithalat Beyannamesi*)**

Este documento lo prepara la empresa Asesora de Aduanas con la que colabora la empresa local importadora. Contiene información general sobre las empresas (exportadora e importadora), productos sujetos a la importación, volúmenes, etc.

- **Certificado Zoosanitario (en turco: *Veteriner Sağlık Sertifikasi*)**

Es el Certificado extendido por una entidad competente del país de origen, en el que se hace constar el buen estado sanitario de las mercancías de origen animal en él consignadas.

- **Carta de Declaración de Garantía de Etiquetado (en turco: *Etiket Taahhutnamesi*)**

El producto importado en su envase original debe ser etiquetado en turco como máximo dos meses tras su entrada en el país y antes de comenzar su comercialización. (Ver [ANEXO VI: CARTA DE COMPROMISO DE ETIQUETADO](#))

- **Certificado de Origen (en turco: *Orjin Belgesi*)**

En los Acuerdos de Libre Comercio las normas de origen se usan para determinar si un producto califica para el trato arancelario preferencial cuando es exportado entre los países que participan en el Acuerdo. El objetivo es impedir que los bienes producidos en terceros países y que sólo han transitado o han sido

objeto de una transformación mínima en los países participantes de un Acuerdo reciban un trato arancelario preferencial.

El certificado de origen, es el documento fundamental para acreditar el origen de un producto que se destina a la exportación y que permite acogerse a las preferencias arancelarias que se han pactado según las normas de origen establecidas en el TLC.

- **Factura**

En el caso de los productos congelados y procesados, el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería toma muestras para realizar análisis del producto a importar. En el caso de los productos vivos, frescos y refrigerados la realización de los análisis es ocasional. En la [regulación vigente](#) para la importación de productos del mar elaborada por el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería, Directorado General de Protección y Control (*Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü*), se pueden consultar los laboratorios donde se realizan estos análisis (sección EK-9).

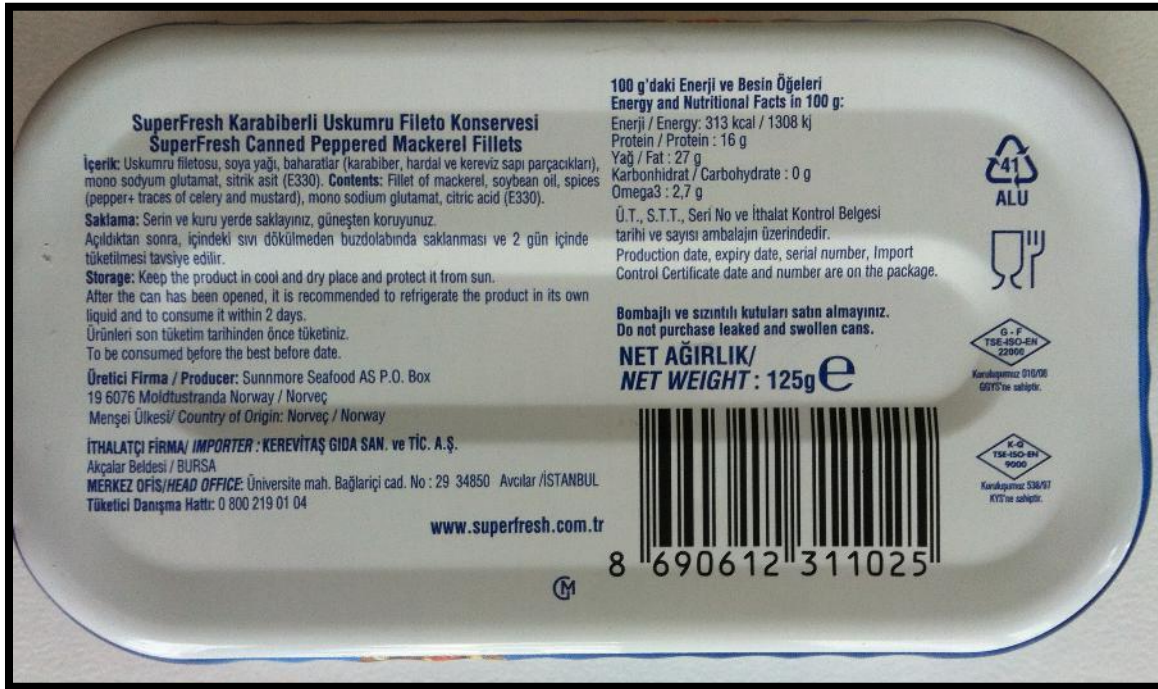
## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

- Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería, Directorado General de Protección y Control ([Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü](#))
- Ministerio de Economía ([Ekonomi Bakanlığı](#))
- [Ministry of Customs and Trade](#)

El producto importado en su envase original debe ser etiquetado en turco como máximo dos meses tras su entrada en el país y antes de comenzar su comercialización. En la etiqueta se debe mostrar:

- Nombre y descripción del producto
- Número de la licencia de importación
- Número y fecha del Certificado de Conformidad
- Día-Mes-Año: si la fecha de caducidad es inferior a 3 meses
- Mes-Año: si la fecha de caducidad está entre 3 y 18 meses
- Año: si la fecha de caducidad es superior a 3 años

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS





## IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

A continuación se detallan las estadísticas de importaciones de Turquía para el capítulo 1604 (Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado) en el período 2009-2011. Se ha detectado una incongruencia en los datos extraídos del Instituto de Estadísticas de Turquía (TÜİK) y de la base de datos Global Trade Atlas, por lo que se especifican ambas fuentes para su comparación.

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	276.647	20,30
Alemania	N.A.	156.624	11,49
Italia	N.A.	128.992	9,46
Inglaterra	N.A.	100.799	7,39
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	663.062	48,64
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>1.362.569</b>	<b>100%</b>

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	686.976	33,74
Alemania	N.A.	351.260	17,25
Italia	N.A.	278.755	13,69
Inglaterra	N.A.	127.324	6,25
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	1.444.315	70,94%
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>2.035.696</b>	<b>100%</b>

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	892.232	<b>41,13</b>
Alemania	N.A.	838.410	<b>38,65</b>
Italia	N.A.	141.817	<b>6,54</b>
Inglaterra	N.A.	110.495	<b>5,09</b>
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	1.982.954	91,42%
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>2.169.143</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

#### 4. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	73.664	381.092	27.91
Noruega	31.979	276.081	20.22
China	32.939	157.014	11.50
Estonia	36.124	128.549	9.41
Tailandia	22.834	102.388	7.50
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	197.540	1.045.124	76.54
<b>Total</b>	<b>230.846</b>	<b>1.365.473</b>	<b>100%</b>

#### 5. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	151.001	682.063	33.78
Noruega	36.367	350.864	17.38
Tailandia	70.239	277.357	13.74
Estonia	36.123	126.687	6.28
China	32.574	97.625	4.84
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	326.304	1.534.596	76.02%
<b>Total</b>	<b>392.722</b>	<b>2.018.858</b>	<b>100%</b>

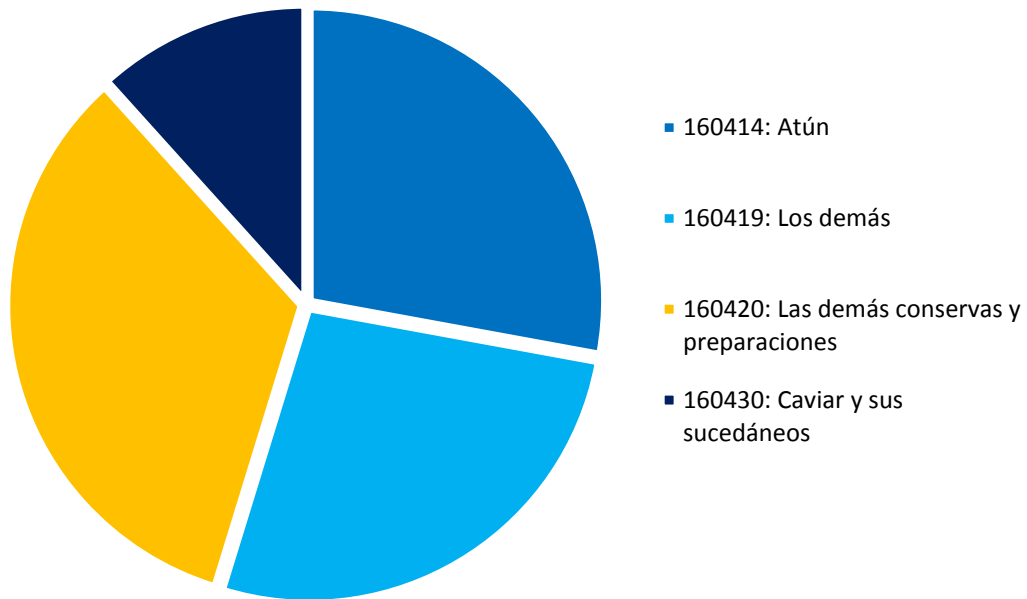
#### 6. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	185.223	880.457	40.74
Tailandia	174.085	843.047	39.01
China	75.001	140.369	6.49
Noruega	6.865	111.321	5.15
Suecia	5.001	53.552	2.48
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	446.175	2.028.476	93.87%
<b>Total</b>	<b>454.767</b>	<b>2.161.238</b>	<b>100%</b>

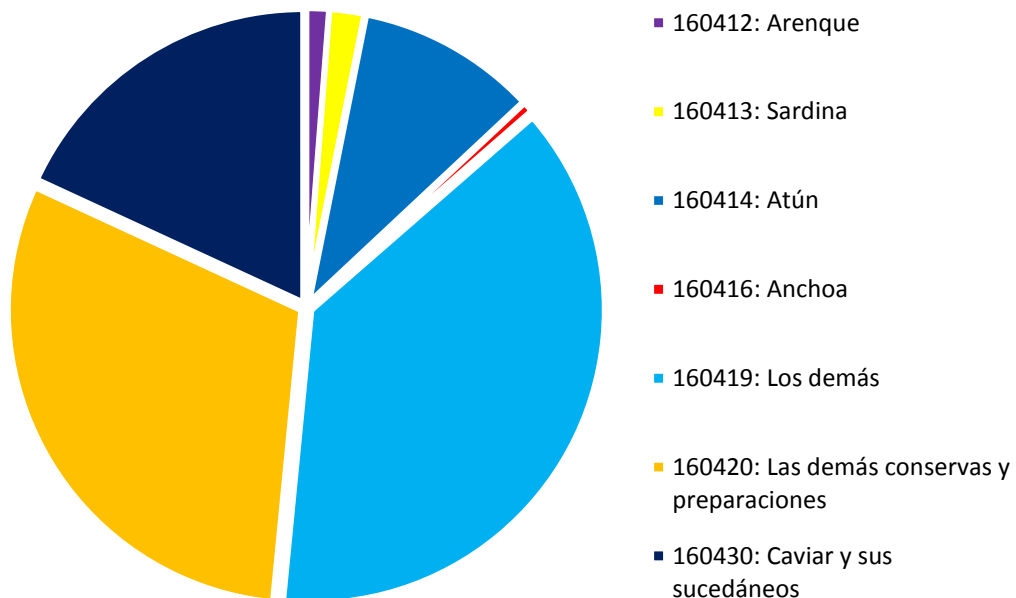
Fuente: [Global Trade Atlas](#)

A continuación, se presenta el desglose de las subpartidas del grupo 1604 para el período 2009-Junio'2012 en el que se observa una distribución bastante homogénea de las importaciones siendo 160419 (Los demás) y 160420 (Las demás conservas y preparaciones) las principales partidas en cuanto a valor de importación (en USD) se refiere, seguidas de la partida 160414: Atunes, listados y bonitos. Se pueden consultar el detalle de las importaciones de todas las subpartidas del grupo 1604 en el ANEXO VII: Estadísticas de Importación).

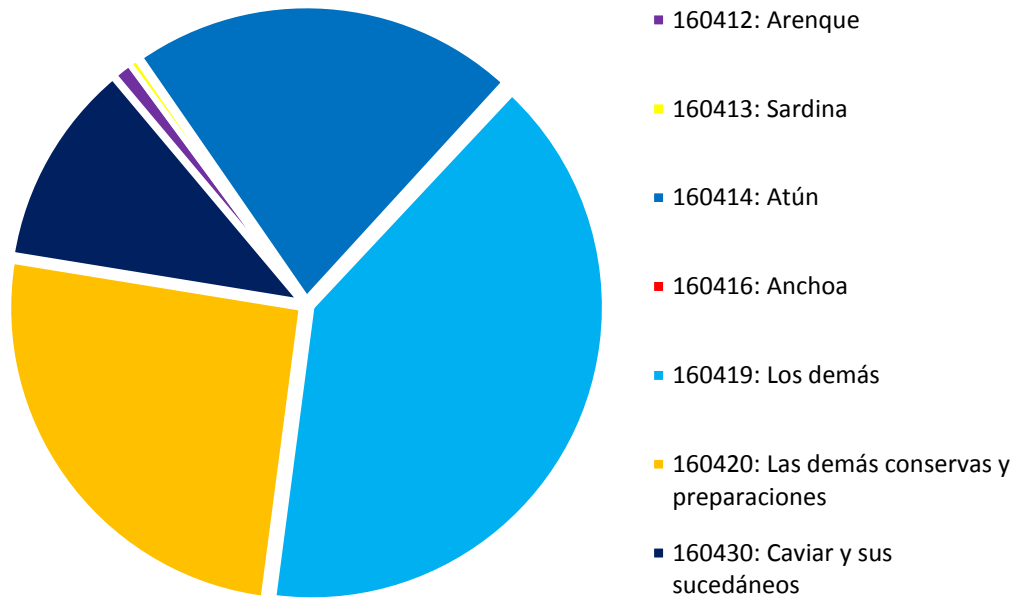
## Importaciones 2012 (Junio)



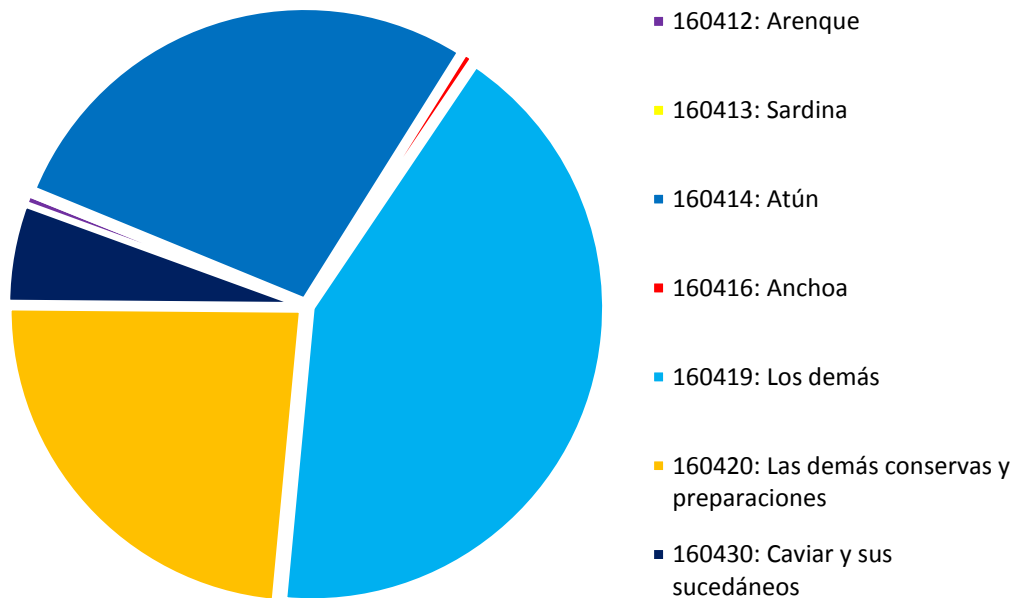
## Importaciones 2011



### Importaciones 2010



### Importaciones 2009



## V. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

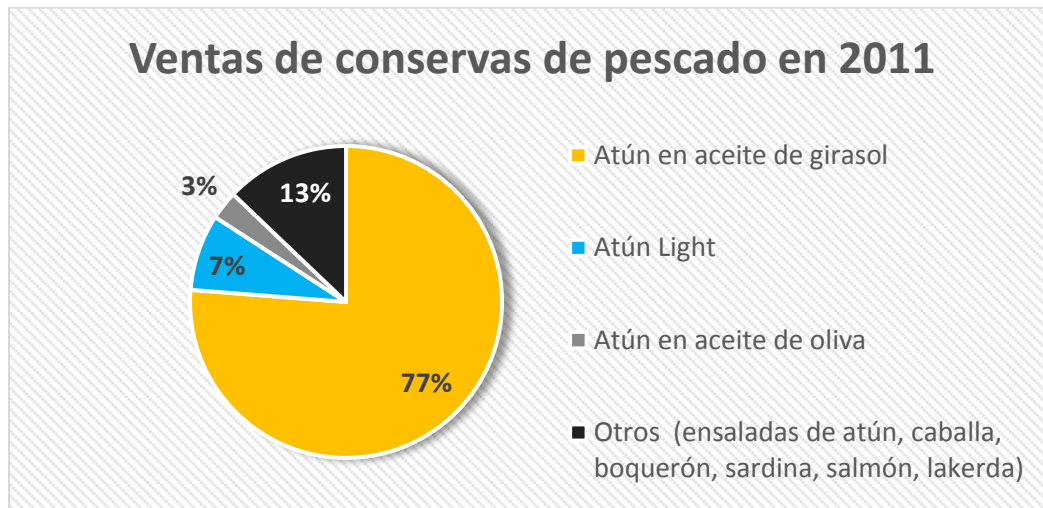
En principio, la cultura gastronómica turca no concede a los productos del mar un protagonismo demasiado destacado, ya sea fresco o en conserva de forma que se utiliza mucho más la carne principalmente de pollo, cordero y vacuno.

Sin embargo, el consumo de productos del mar, congelados y conservas de pescado se ha visto incrementado en los últimos tiempos, sobre todo en el segmento joven y urbano de la población que cada vez dispone de menos tiempo para dedicar a la comida y que quiere experimentar distintos sabores y se preocupa más por su salud, además de ser una alternativa práctica y nutritiva a la alimentación tradicional. Los productos del mar en conserva, han experimentado el crecimiento más rápido en el año 2011 dentro de todos los productos de alimentación en conserva con un volumen de crecimiento del 3%.

Existen campañas subvencionadas por las autoridades para fomentar una alimentación sana, consumir más productos del mar y lácteos, una copa de vino al día etc.

El crecimiento que se está produciendo en cuanto a la producción y exportación de productos del mar, no ve un crecimiento acorde en el consumo, que se incrementa lentamente siendo el consumo anual per cápita de productos pesqueros en Turquía de 8,5 kg. (muy por debajo de la media Europea) a pesar de haberse producido un aumento en la demanda de pescado un 30% en el año 2010 debido al gran incremento del precio de la carne. Los precios de la carne siguen siendo cada vez más elevados si se comparan con los productos del mar de temporada, por lo que es previsible que si no se realizan cambios en estas políticas de precios, se seguirá aumentando la tendencia a consumir productos del mar como sustitutos de la carne a razón de aproximadamente un 5% anual.

El mercado de conservas de pescado en Turquía tiene un valor total de aproximadamente 70 millones USD, con un predominio mayoritario del atún en sus diferentes preparaciones, que representa un 87% del total de ventas, equivalente aproximadamente a un volumen de 5.000 Tm anuales y un valor de 60,5 millones USD. Dentro de las preparaciones del atún, destaca de forma especial el atún en aceite de girasol con una cuota del 77%.



#### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Desde hace ya un tiempo hay presencia en los lineales de los supermercados turcos, de conservas de pescado, aunque con una gama de productos muy reducida, centrada sobre todo en atún y de forma secundaria caballa y anchoa.

El formato de presentación del atún, el producto mayoritario, puede ser en lata metálica o en bolsa plástico-metálica (*retort pouch*). En cuanto a las latas clásicas, se presenta en envases individuales o en packs de 2/3 unidades (variando el peso neto según el número de unidades en el pack).

Es destacable la reciente aparición de productos “ready-to-eat” de productos del mar de las marcas SuperFresh y Dardanel, en preparaciones típicas de la gastronomía turca, como pescado especiado con alubias o garbanzos, pescado especiado con verduras y ensaladas con atún:



Como alternativa al consumo de pescado fresco/congelado las conservas de pescado representan una alternativa fácil y rápida para mantener una dieta equilibrada consumiéndose preferentemente en ensaladas y sándwiches.



**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

Teniendo en cuenta la actual demanda del mercado interno, la innovación de productos y formatos de envase constituyen un elemento importante dentro de la industria conservera. Las innovaciones más recientes incluyen los envases de platos preparados mencionados en el apartado anterior así como la utilización de envases plásticos en bolsa (*retort pouch*) mucho más prácticos y limpios que las latas tradicionales con lo que se pretende atraer el interés de los consumidores.

En cuanto a la comercialización a través de Internet, algunas de las principales cadenas de retail como MacroCenter y Migros, que cuentan con supermercados online, incluyen entre los productos ofertados con distintas variedades de conservas de productos del mar:

- **MacroCenter Online:** los productos del mar en conserva (principalmente atún) se ubican en la categoría de Conservas junto a otras conservas vegetales y encurtidos.
- **Migros Sanal Market:** subcategorías específicas dentro de la sección de conservas para el atún y otros productos del mar



macroonline

Kategori: Awanaj **BANQUET**

Mayre / Sebze Sür Ürünleri Et Ürünleri İçecekler Gıda Ürünleri Donuk Ürünler Sağlıklı Yaşam Detaylar, Kağıt, Kosmetik Diğer

Ana Menü / Gıda ürünleri / Konserve-Salça-Tatlı-Hazır Yemek / Konserve

Ürün Listeleme A-Z Fiyata Göre Azalan

Listede miktar belirtilmiş ürünler

Ürün Adı	Fiyat	Miktar
FOODOO DENİZ YOSUNU 135 GR	31,50 TL	Ad
YAKI SUSHI NORI DENİZ YOSUNU	30,90 TL	Ad
VIRU ENGİRAR KALBI 720ML	16,45 TL	Ad
TAT ENGİRAR 720 CC	15,95 TL	Ad
DOLE ANANAS DİLİMLİ 3X227 GR	12,75 TL	Ad
DOLE ANANAS PARÇALI 3X227 GR	12,75 TL	Ad
VIRU BABY ENGİRAR 250 ML	12,45 TL	Ad
PINAR TON BALIĞI 2X160 GR	11,45 TL	Ad
PINAR LIGHT TON BALIĞI 2X160 GR	11,45 TL	Ad
SUPERFRESH ROYAL Z YAGLI TON 2'160 GR	10,90 TL	Ad
ÜLKER KALBİM LIGHT TON BALIĞI 2X160GR	10,45 TL	Ad
TAT ENGİRAR KALBI 350 GR	9,95 TL	Ad
SUPERFRESH TON LIGHT 2'160 GR	9,45 TL	Ad
PINAR TON BALIĞI 3X80 GR	9,45 TL	Ad
BLACK SEAL LYCHEE 565 GR	9,45 TL	Ad
DARDANELTON 80GRX3 LIGHT	9,15 TL	Ad
DARDANEL TON 3X80GR	9,15 TL	Ad
TROFECO DİLİMLİ ANANAS 850GR	8,90 TL	Ad
BONDUELLE TATLI MISIR 3'150 GR	8,75 TL	Ad
SUPERTON TON BALIĞI 2'160 GR	8,65 TL	Ad
TAT MANTAR 510 GR	8,45 TL	Ad
SUPERFRESH TON 3'80GR	8,35 TL	Ad
DEL MONTE DİLİMLİ ANANAS KONSERVESİ 636 GR	8,25 TL	Ad
SERA DENİZ BÖRÜLCESİ 650 GR	8,25 TL	Ad
SUPERTON TON BALIĞI 3'80 GR	7,65 TL	Ad

0 Ürün Toplam : 6,607TL

En Çok Satanlar

- Penguin Deziye Konservesi... 3,85 TL
- Tamtek Hasırlanms Nohut 830 G... 3,65 TL
- Tat Misir 3'220 Gr 5,65 TL
- Dardanel Ton Balığı 2x160 G... 10,80 TL
- Tamtek Misir 3x150 Gr 5,95 TL
- Tamtek Hasırlanms Fasulye 800... 3,65 TL
- Tat Hasırlanms Nohut 420 Gr... 2,15 TL
- Superhas Misir 3'220 Gr 5,95 TL
- Tamtek Deziye Tnk 830 Gr 3,25 TL
- Tamtek Gamlatır Cam 635 Gr 3,35 TL

**MIGROS SANAL MARKET**

Eski Aşkverişlerim | Favori Ürünlerim | Aşkveriş Listem

ARA

Üyelik İşlemleri Sipariş İşlemleri

Hesabınız İSTANBUL - Harbiye

Meyve, Sebze | El, Balık | Süt, Kahvaltılık | Gıda, Şekerleme | İçecek | Deterjan, Temizlik | Kağıt, Kazmetik | Bebek, Oyuncak | Ev Pet | Kampanyalar | Markalar

**Migros Sanal Market'e Özellik!** **Ramazan Ayı Boyunca**  
**Bonduelle Tatlı Mısır'da 3 AL, 2 ÖDE**  
 Kampanya Detaylı Bilgi Üyemize

Ana Sayfa > Gıda, Şekerleme > Hazır Yemek, Konserve, Salça > Konserve

**Ürün Listeleme**

Reyondaki  
 Favori Ürünlerim  Eski Siparişlerim  Kampanyalı Ürünler  
 Migroskop Ürünleri  Money Club İndirimli Ürünler

AZ Reyonlar  
 Bamya Konserveleri (5) Bezele Konserveleri (8) Diğer Sebze Konserveleri (8)  
 Ton Balığı (13) Diğer Deniz Konserveleri (1) Migros Konserve (2)  
 Tuzlu Konserveler (2) Garnitür (5) Hağlanmış Konserveler (12)  
 Mantar Konserveleri (5) Meyve Konserveleri (7) Mısır Konserveleri (13)  
 Taze Fasulye Konserveleri (4)

Seçti Filtreleri Kalda

A-Z Z-A Fiyat - Fiyat 1/1 Bul

	DARDANEL TON 3X80GR	9,15 TL	Adet
	PINAR LIGHT TON BALIĞI 3X80 GR	9,45 TL	Adet
	PINAR TON BALIĞI 3X80 GR	9,45 TL	Adet
	PINAR TON BALIĞI 2X160 GR	11,45 TL	Adet
	PINAR TON BALIĞI 2X80 GR	5,95 TL	Adet
	PINAR TON BALIĞI 80 GR SAL S ÖDE	15,95 TL	Adet
	SUPERFRESH AVCI YAĞLI TON BALIĞI 2X160 GR (KUTU)	8,75 TL	Adet
	SUPERFRESH ROYAL Z YAĞLI TON 2'160 GR	10,9 TL	Adet
	SUPERFRESH TON 160GR	5,25 TL	Adet
	SUPERFRESH TON 2'160 GR	9,95 TL	Adet

**Sepet Önerileri**

Doğum Günü >  
 Parti Zamanı >  
 Bebeğim >  
 Hızlı Öğün >  
 Beslenme Çantası >  
 Çalığın Anneler >  
 Organik >

**Çok Satanlar**

Superfresh Mısır 3'220 Gr 6,95 TL  
 Dardanel Ton 3x80gr 9,45 TL  
 Dardanel Ton Balığı 2x'160 Gr 10,90 TL  
 Superfresh Mısır 220 Gr 2,45 TL  
 Migros Garnitür 560 Gr 1,90 TL  
 Superfresh Ton Light 3'90 Gr 6,45 TL  
 Tat Garnitür 530 Gr 3,65 TL  
 Tat Mısır 3'220 Gr 4,45 TL  
 Tat Bezele 830 Gr 3,35 TL  
 Superfresh Ton Light 160gr 4,55 TL

**Melis**  
 Kozlenmiş Kırmızı Biber

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

- Entrevista con la empresa **MARINES GIDA ÜRÜNLERİ SAN. ve TİC. A.Ş.**  
 Dirección: Osmangazi Mah. Battalgazi C. Sagun Plaza No: 21 Sancaktepe, Istanbul  
 Web: [www.marines.com.tr](http://www.marines.com.tr) / [www.sagun.com](http://www.sagun.com)  
 Tel: +90 216 561 10 70 pbx  
 Fax: +90 216 561 56 10  
 Email: [marines@marines.com.tr](mailto:marines@marines.com.tr)  
 Persona de contacto: Sra. Özlem Ekim (Directora de Marketing y Ventas)

En Turquía la gran mayoría del pescado en conserva comercializado es, sin duda, el atún seguido por la caballa, el boquerón y la sardina. Se prefieren este tipo de pescados grasos para alargar el tiempo de vida en estantería del producto en conserva. La empresa Marines Gida (perteneciente al grupo Sagun), provee el atún que capturan en los mares de Turquía a la empresa Kerevitaş (una de las referentes del sector) para la producción de atún en conserva bajo la marca de Marines.

Además del atún en conserva, disponen de 2 categorías de conservas de productos del mar de producción propia:

- Anchoas y ahumados: paté de anchoas, filetes de anchoa, lakerda (filetes de bonito en salmuera).
- Marinados: anchoas en salsa (pimiento, tomate, mediterránea, de ajo), anchoas con aceitunas y pimientos, ensalada de productos del mar (gambas, pulpo, calamar, sepia...)

Tanto la lakerda como la anchoa se suelen envasar en botes de cristal, a diferencia del atún que se comercializa en latas metálicas y el resto de productos preparados y marinados en envases plásticos.

Hasta ahora lo más común era la conserva sólo de atún, para que sea el consumidor quien realice la combinación que desee, aunque con la aparición de nuevos productos preparados de otras marcas conteniendo atún, Marines Gida también planea lanzar sus propios productos dentro de esta categoría, además de otros productos nuevos a base de calamar (salteado y palitos), dorada, merluza (hamburguesa, palitos, empanada,...).

La empresa suele participar con stand propio en la feria internacional Seafood en Bruselas además de en la feria local Future Fish en Izmir, la única feria especializada en productos del mar que se realiza en Turquía.

[Catálogo de retail](#)

[Catálogo de gran consumo](#)

- Entrevista con la empresa **KEREVITAŞ Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**  
 Dirección: Üniversite mah. Bağlariçi Cad. N°:29 34850 Avcılar / Istanbul  
 Web: [www.kerevitas.com.tr](http://www.kerevitas.com.tr)  
 Tel: +90 212 695 00 00 Pbx / +90 212 676 01 10 Pbx  
 Fax: +90 212 421 26 74  
 Email: [info@kerevitas.com.tr](mailto:info@kerevitas.com.tr)  
 Persona de contacto: Sra. Nergis Hatip (Directora comercio exterior/importación)

Kerevitaş es una empresa productora de conservas de pescado tanto con su propia marca **Kerevitaş Superfresh** como para otras marcas como Marines y además realizan importaciones de caballa en conserva (lata metálica) de Noruega (4 contenedores hasta el momento).

Entre sus principales productos se encuentran las conservas de atún y caballa en lata metálica. Otra línea de productos complementaria son los congelados de verduras y frutas.

Los productos se importan enteros y congelados, principalmente de las empresas españolas y francesas que pescan en el caladero de Seychelles en el caso del atún y de Noruega en el caso de la caballa. Los productos se procesan en su planta de Turquía y se comercializan en el segmento retail y HORECA. Noruega supone un país ventajoso para realizar las importaciones porque, al igual que el resto de países EFTA, se beneficia de un 0% de arancel y la supresión del “Fondo Colectivo de Vivienda”. A la hora de realizar la importación del pescado congelado se prefiere un flete entero de 2.000-3.000 toneladas para reducir el costo de la operación y el trabajo burocrático que supone, permitiéndoles posteriormente disponer del producto durante bastante tiempo.

Para la distribución entre ciudades pertenecientes a diferentes regiones, se contratan los servicios de empresas de logística especializadas como PolarXP o Sonmez Buztas en Bursa. La distribución dentro de cada ciudad se hace con los propios medios de Kerevitaş o a través de subdistribuidores con su propia red logística.

Las conservas más consumidas en Turquía por orden de importancia son:

- Atún: lata metálica y bolsas
- Caballa: lata metálica y bote cristal
- Boquerón: lata metálica y bolsas y envases de plástico
- Sardinas: lata metálica y bolsas y envases de plástico
- Lakerda: generalmente en bote de cristal

Kerevitaş busca continuamente la forma de mejorar la calidad y sabor de sus productos, puesto que el consumidor no tiene un conocimiento profundo acerca de cómo consumir el producto. Por eso planean sacar nuevos envases de atún de 400-500 gr. en envases con tapa para que se pueda abrir, consumir una parte y guardar el resto para su uso posterior. Este producto se llamará Yemeklik-Para Cocinar y encima del envase aparecerán recetas con atún para aumentar el conocimiento de su uso.

Otros productos que serán lanzados bajo la marca Kerevitaş Superfresh son atún con verduras (en bolsas y latas) y atún del Egeo con olivas (en bolsas y latas).

Kereviş participa en la ferial local [Anfas Food Product](#) en Antalya como expositor y en las principales ferias internacionales como Sial (visitante), Anuga (en ocasiones con stand propio) y ESE Bruselas (hasta la fecha con stand propio).

Kereviş cuenta con una planta de procesado de atún en Bursa con una capacidad para procesar 15.000 Tm al año y con un almacén para 7.500 Tm anuales.

## OTRAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

- **DARDANEL**

**Productora de conservas**

Dirección: İzmir Yolu 4.Km Çanakkale

Web: [www.dardanel.com.tr](http://www.dardanel.com.tr)

Tel: +90 286 263 66 66

Email: [dardanel@dardanel.com.tr](mailto:dardanel@dardanel.com.tr)

Persona de contacto: Sr. Barış Harbi, Director de Planta [baris.harbi@dardanel.com.tr](mailto:baris.harbi@dardanel.com.tr)

Sr. Enver Saban, Director de Comercio Exterior [enver.saban@dardanel.com.tr](mailto:enver.saban@dardanel.com.tr)

- **MİGROS TİCARET A.Ş. GENEL MÜDÜRLÜK**

**Principal cadena retail de Turquía**

Dirección: Turgut Özal Cad. N°:12 34758 Ataşehir / Istanbul

Web: [www.migros.com.tr](http://www.migros.com.tr)

Tel: +90 216 579 30 00

Email: [seldab@migros.com.tr](mailto:seldab@migros.com.tr)

Persona de contacto: Sra. Selda Bıçak, Responsable de Compras de Conservas (ext.3720)

- **AKYÜREK KARDEŞLER PAZARLAMA ve DAĞITIM GRUBU**

**Distribuidor de marcas como Dardanel, MarmaraBirlik, Dimes, Dr. Oetker...**

Dirección: KOCATEPE MAH. MEGA CENTER 12.SOK. C32 BLOK KAT:5 BAYRAMPAŞA/Istanbul

Web: [www.akyurekpazarlama.com.tr](http://www.akyurekpazarlama.com.tr)

Tel: +90 216 561 92 70- 74

Celular: +90 543 920 09 81

Email: [info@akyurek.com.tr](mailto:info@akyurek.com.tr)

Persona de contacto: Sr. Mustafa Çelik, Director de Ventas y Marketing en canal tradicional Local

#### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumo de conservas se realiza tanto en hoteles y restaurantes como en las propias viviendas de los consumidores. Este consumo tiene un componente estacional, que aumenta en verano para satisfacer la demanda de los turistas especialmente en Estambul, la costa Mediterránea y la costa del Egeo. Por otro lado, fuera de la temporada veraniega aumenta el consumo doméstico a través de las cadenas de retail. Desde una perspectiva anual, se acaba produciendo un balanceo del consumo entre temporadas de forma que resulta difícil destacar una temporada específica de mayor consumo del producto.

También cabe mencionar el impacto del mes de Ramadán, donde el 60% de la población realiza el ayuno diurno y cuyas costumbres alimenticias cambian notablemente con respecto al resto del año existiendo menús especiales en esta época donde prevalece la carne sobre el pescado.

#### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Los equipos de venta de las principales productoras de conservas de pescado han hecho un esfuerzo para introducir este tipo de productos en las zonas de menor consumo como Anatolia Sudoriental, si bien problemas en la cadena logística y de distribución han ocasionado que el consumidor no tenga una oferta constante de estos productos.

En zonas donde clásicamente el consumo de pescado es más elevado, como la zona del Mar Negro, el consumidor prefiere los productos frescos de temporada y debido a ello, el consumo de conservas es menor en estas zonas.

En las regiones de Mármara, Egeo y Mediterráneo y en la ciudad de Ankara se observa un consumo mayor debido principalmente a los hábitos de trabajo (especialmente en Estambul y Ankara) y a la presencia de un gran número de establecimientos turísticos en estas 3 zonas.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El producto importado o el local llega al almacén central de la empresa correspondiente, donde tras su calibrado y análisis, se envían a un laboratorio (ya sea del Ministerio de Agricultura o un laboratorio externo) para realizar los análisis microbiológicos. Una vez conseguida la aprobación se envía el producto a la planta de procesado y envasado. Tras el etiquetado se distribuye a 2 almacenes principales, desde los cuales se distribuye directamente a los distintos puntos de venta:

- [PolarXP](#) en Estambul, el líder en Turquía del almacenamiento y distribución con cadena de frío.
- [FEM Logistics](#) en Manisa

El canal retail se clasifica según el volumen de la empresa en los siguientes:

- **Canal Tradicional Local:** Supermercados locales (en un única ciudad o región) que tengan superficies de como mínimo 700 m<sup>2</sup>, o un número de tiendas comprendido entre 7-8 y 80-90. En esta categoría se encuentran cadenas de supermercados como Çağrı, Hatip, etc.
- **Canal Nacional:** grandes cadenas de supermercados con cobertura nacional como Migros, Real, Carrefour, BIM, Dia, ...

Los márgenes correspondientes a cada uno de los actores involucrados en la cadena de distribución son:

- **Productor/Importador: %30**
- **Mayorista/Subdistribuidor: %10**
- **Retail: %25-30**

Además del margen mencionado, algunas cadenas de retail tienen como práctica común el cobro de un “slotting fee” entre 20.000 y 50.000 EUR dependiendo de la empresa y producto (y productos competidores).

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Precio retail:

- Atún en aceite de girasol:
  - en pack de 2x160gr.: **3,88 - 6,11 USD**
  - en pack de 3x80gr.: **3,61 - 5 USD**

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Las marcas Dardanel y Kerevitaş se reparten buena parte del mercado de conservas de pescado en Turquía. La marca Dardanel (de la empresa Dardanel Onentas Gıda Sanayii AŞ), continúa siendo la marca líder del mercado de conservas con una cuota de aproximadamente el 23%.

En cuanto a promoción se refiere, las actividades y vehículos preferidos por las marcas locales son:

- Degustaciones en los supermercados
- Promoción de precio
- Promoción de regalo de una lata al comprar un pack
- Publicidad en televisión y radio
- Revistas (de recetas como [Lezzet](#)) y periódicos, sobre todo en los anexos de fin de semana como Lifestyle.
- Billboards

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. En salmuera:



PRESENTACIÓN EN BOTE DE CRISTAL



2. Marinados y en salsa:



ANCHOAS AL NATURAL Y CON SALSA DE PIMIENTO DE LA MARCA MARINOS



PRESENTACIÓN EN ENVASE PLÁSTICO DE LA MARCA KOCAMAN

3. En lata:



4. En bolsa plástica (retort touch):



## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Uno de los factores más importantes que se esconden detrás de la baja tasa de consumo de pescado y productos del mar en Turquía en comparación con otros países, se encuentra en la diferencia en los hábitos gastronómicos. En Turquía, el pescado se malinterpreta como una comida de lujo, a pesar de la asequibilidad del pescado en comparación con los precios de la carne blanca o roja. Los hábitos alimenticios en Turquía están fuertemente basados en granos y vegetales, que junto con la carne roja completan las necesidades energéticas y de proteínas.

También cabe resaltar como factor negativo que muchos consumidores todavía desconocen la preparación del producto y su modo de utilización (no sabe por ejemplo qué platos cocinar, usarlo como se utiliza la carne picada con verduras, sopas de pescado, etc.) y tienen la percepción de que se trata de pescado crudo sin procesar lo cual no es apreciado en una cultura como la turca que tiende a cocinar en demasía tanto la carne como el pescado.

Recientes investigaciones y noticias en prensa aludiendo a partidas de carne roja comercializada a partir de reses bovinas con enfermedades como tuberculosis y glosopeda han salpicado al [Instituto de Carne y Pescado de Turquía](#) encargado de realizar los controles pertinentes. Estos escándalos, unidos al incremento del 316% en el precio del heno que repercutirá en los precios de la leche y la carne roja, se espera que tengan un impacto en el consumo de productos del mar.

El segmento de conservas de pescado está fuertemente basado en el producto importado, de forma que alrededor del 80% del pescado utilizado para las conservas proviene del extranjero, especialmente de los países EFTA por sus ventajas arancelarias.

La oportunidad para las empresas chilenas es doble, puesto que se puede posicionar en el mercado con pescados en conserva, especialmente con productos nuevos que no tengan presencia en el mercado o bien se puede convertir en proveedor de la materia prima para elaborar en Turquía, ya sea como un exportador tradicional o implicándose incluso en la fase de procesado, embalaje y distribución en colaboración societaria con alguna empresa local.

Se recomienda llevar a cabo campañas para promover el consumo de conservas, haciendo hincapié en la comodidad y los beneficios alimenticios que proporcionan. Esto implica un cambio en los hábitos alimenticios que puede derivar en un aumento de la demanda. También se recomienda educar a través de las dietas alimenticias a los niños para potenciar la aparición de futuros consumidores de conservas, por ejemplo a través de los nutricionistas locales. El consumidor es altamente sensible a los precios de esta categoría de productos que se espera que aumenten debido al crecimiento de los costes de producción.

Establecer una estrategia de marketing a largo plazo que tenga impacto en los puntos de distribución, en las revistas y sitios gourmet sobre la calidad de los productos chilenos también es relevante.

Se recomienda realizar acciones de promoción de forma conjunta con los importadores, a efectos de reforzar las relaciones y contactos y potenciar las exportaciones de conservas y conocer con mayor profundidad el potencial o impedimentos para aumentar las importaciones provenientes de Chile. Además, una buena estrategia sería promover nuevos canales de comercialización del producto, como catering, vinotecas y tiendas especializadas.

Si el producto se ha de importar ya elaborado, un packaging atractivo al consumidor y especialmente explicándole cómo debe ser consumido, también puede decidir la balanza a la hora de la selección por parte del consumidor. En relación al formato de los envases, se recomienda utilizar tarros de cristal que muestren el producto en contraposición a las latas metálicas que es un formato que (en general) no acaba de cuajar en los hábitos de compra del consumidor turco.

Por último, es vital la existencia de un catálogo bien elaborado en inglés por parte de la empresa exportadora, con la información necesaria para el importador y con información de valor añadido que le ayude a entender la diferenciación de los productos.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

No existe una feria referente para productos del mar en Turquía. Las ferias de alimentación general no suelen contemplar la asistencia de empresas de este sector, por lo que las empresas locales suelen acudir a las ferias más importantes fuera del país.

### **International Fair for Fish Imports/ Exports, Processing, Aquaculture and Fisheries.**

La 6ª edición será organizada por Eurasia Trade Fairs, entre 7 - 9 de Junio de 2012 en Izmir, Turquía.

E-mail: [info@eurasiafairs.com](mailto:info@eurasiafairs.com)

Sitio web: <http://www.future-fish.com>

### **Anfaş Food Product – 19 International Trade Exhibition for Food**

La 19ª edición será organizada por Anfaş, entre 15 - 18 de Febrero de 2012 en Antalya, Turquía.

E-mail: [info@anfas.com.tr](mailto:info@anfas.com.tr)

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

### **FOODİST**

La última edición se celebrará del 6 al 8 de Diciembre de 2012 en el recinto TÜYAP en Estambul.

Teléfono: +90 212 867 11 00

Email: [berkanoner@tuyap.com.tr](mailto:berkanoner@tuyap.com.tr)

Web: [www.foodistfair.com](http://www.foodistfair.com)

### **GIDA 2011**

La última edición se celebrará del 6 al 9 de Septiembre de 2012 en el recinto CNR Expo de Estambul.

Teléfono: +90 212 291 83 10

Email: [info@ite-turkey.com](mailto:info@ite-turkey.com)

Web: [www.ite-gida.com](http://www.ite-gida.com)

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- MEVZUAT (Información y legislación aduanera en Turquía): [www.mevzuat.net](http://www.mevzuat.net)
- Ministerio de Economía: [www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr)
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería ): [www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)
- GKGM (Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería, Directorado General de Protección y Control): [www.gkgm.gov.tr](http://www.gkgm.gov.tr)
- TUGEM (Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü): [www.tugem.gov.tr](http://www.tugem.gov.tr)
- TEVGE (Tarımsal Ekonomi ve Politika Geristirme Enstitüsü): [www.tepge.gov.tr](http://www.tepge.gov.tr)
- Euromonitor International – Estudio de Mercado: Canned Preserved Food in Turkey
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco): [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)
- GLOBAL TRADE ATLAS STATISTICS [www.gtis.com/GTA/](http://www.gtis.com/GTA/)

Documento Elaborado por: GULSAN ATALAY, Representante Comercial de PROCHILE en Turquía  
[gatalay@prochile.gob.cl](mailto:gatalay@prochile.gob.cl)

## ANEXO I: MODELO DE LICENCIA DE IMPORTACIÓN

### İthal Lisansı Örneği

İTHAL LİSANSI		T.C. BAŞBAKANLIK DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	
1	İthalatçıya verilecek nüsha	1. İthalatçı	2. Lisans numarası
			3. Kota dönemi
			4. Lisansı düzenleyen yetkili makam
		5. Beyan sahibi/temsilci	6. Menşe ülke
1			7. Malın sevk edildiği ülke
			8. Geçerlilik süresi sonu
		9. Malların tanımı	10. G.T.İ.P
		11. Miktar	
		12. Teminat	
13. Diğer ayrıntılar			

<b>14. Yetkili makamın onayı</b>			
<b>15. KULLANIMLAR</b> Sütun 17'nin 1 inci hanesinde kullanılabilecek miktarı ve aynı sütunun 2 inci hanesinde kullanılan miktarı belirtiniz.			
<b>16. Net miktar (net ağırlık veya birimi belirten diğer ölçü birimi)</b>		<b>19. Gümrük beyannamesinin veya müfrezin numarası ve kullanım tarihi</b>	<b>20. Gümrük işlemlerinin yapıldığı gümrük idaresinin adı, mührü ve imza</b>
<b>17. Rakamla</b>	<b>18. Kullanılan Miktar (yazıyla)</b>		
1			
2			

FUENTE: Notificación publicada por la Subsecretaría de Comercio Exterior en el Boletín Oficial del Estado nº 27870 [Şili Cumhuriyeti Menşeli Bazı Tarım ve İşlenmiş Tarım Ürünleri İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar - 2011/1416](#)

## ANEXO II: VOLÚMENES DE CONTINGENTE MÁXIMOS

Código arancelario	Descripción	Período de cuota	Volumen de contingente preferencial máximo en cada operación
1604.11.00.00.00	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado -- Salmones	01.01-31.12	10 T
1604.15	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado -- Caballas	01.01-31.12	10 T
1604.16.00.00.00	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado -- Anchoas	01.01-31.12	10 T
1604.19	- Pescado entero o en trozos excepto el pescado picado -- Los demás	01.01-31.12	10 T

FUENTE: Notificación publicada por la Subsecretaría de Comercio Exterior en el Boletín Oficial del Estado n° 27870 [Şili Cumhuriyeti Menşeli Bazı Tarım ve İşlenmiş Tarım Ürünleri İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar - 2011/1416](#)



## ANEXO III: FORMULARIO SOLICITUD CERTIFICADO SUPERVISIÓN

**FUENTE:** Notificación publicada por la Subsecretaría de Comercio Exterior en el [Boletín Oficial del Estado nº 27810](#) (9-Enero-2011).

### EK I

#### GÖZETİM BELGESİ BAŞVURU FORMU

Tarih: .../.../....

#### T.C. BAŞBAKANLIK DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞINA (İthalat Genel Müdürlüğü)

##### Dilekçe ve Taahhütname :

İthalatını gerçekleştirmek istediğimiz aşağıda belirtilen eşyaya ilişkin olarak İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin 2011/5 sayılı Tebliğ çerçevesinde firmamız adına gözetim belgesi düzenlenmesini talep etmekteyiz. Gözetim belgesi almak için yaptığımız işbu başvuruda yer alan bilgilerin doğru olduğunu, gözetim belgesini üçüncü kişilere devretmeyeceğimizi, gözetim belgesi kapsamı eşyanın ithalatı ile ilgili belgeleri (gözetim belgesinin aslı, ayrıca ithalat gerçekleştirilmiş ise ticari fatura ve gümrük beyannamesinin fotokopisi) gözetim belgesinin geçerlilik süresinin sonundan itibaren 10 (on) işgünü içerisinde İthalat Genel Müdürlüğüne iletceğimizi kabul ve taahhüt ederiz.

Bilgileri ve gereği arz olunur.

İmza ve Kaşe  
İsim- Unvan

İTHALATÇIYA AİT BİLGİLER		
Adı/Ünvanı :		
Adresi :		
Tel:	Faks:	E-posta:
Vergi dairesi:		Vergi numarası:
Son iki takvim yılında gerçekleştirdiği toplam ithalat tutarı (ABD Doları)		20.... 20....
Son iki yılda tahakkuk eden vergi miktarı (Gelir/Kurumlar)		
Kayıtlı olduğu Ticaret/Sanayi Odası ve sicil nosu:		
İmza sirküleri ve vekaletnamenin verildiği başvurunun evrak giriş numarası ve tarihi:		
BEYAN SAHİBİNE AİT BİLGİLER (İTHALATÇIDAN FARKLI İSE)		
Adı/Ünvanı :		
Adresi:		
Tel:	Faks:	E-posta:
Vergi dairesi/Numarası:		T.C. kimlik numarası:
Kayıtlı olduğu Ticaret/Sanayi Odası ve sicil nosu:		
İTHAL EŞYAYA AİT BİLGİLER		
GTİP (12 li):		
Tanımı :		
Menşe ülke:		Sevk ülkesi:
Döviz transferinin yapıldığı/yapılacağı ülke:		Ödeme şekli:
Aracı banka ve şube ismi:		Varsa akreditif numarası:
Miktarı:	Ton (Brüt):	Birim fiyat CIF/(Kg) (brüt) :
FOB Değeri:	CIF Değeri:	

İthalat için öngörülen		Tarih:	
		Gümrük Kapısı:	
TEDARİKÇİ ÜLKEDEKİ İHRACATÇIYA İLİŞKİN BİLGİLER			
Adı/Ünvanı:			
Adresi:		Ülkesi:	
Tel:	Faks:	E-posta:	İnternet sitesi:
TEDARİKÇİ ÜLKEDEKİ ÜRETİCİYE İLİŞKİN BİLGİLER			
Adı/Ünvanı:			
Adresi:		Ülkesi:	
Tel:	Faks:	E-posta:	İnternet sitesi:

## ANEXO IV: 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	

## ANEXO V: CERTIFICADO DE CONFORMIDAD

Ek-9

Uygunluk Yazısı Örneği

GIDA, TARIM ve HAYVANCILIK BAKANLIĞI

Tarih: .../.../....

Sayı :

Konu :

## İLGİLİ GÜMRÜK İDARESİNE VE/VEYA İLGİLİ FİRMAYA

## İlgi:

İthali/Geçici ithali yapılmak üzere ... .. firmasınca/firmanızca beyan edilen ve aşağıda bilgileri yer alan ürünün/ürünlerin, ilgili mevzuata göre yapılan denetimlerde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın Kontrolüne Tabi Ürünlerin İthalat Denetimi Tebliği (Ürün Güvenliği ve Denetimi: 2012/5) çerçevesinde ithali/geçici ithali uygundur.

Bu uygunluk yazısı ..... gün süre için geçerlidir <sup>(1)</sup>.

Bilgilerini ve gereğini arz/rica ederim.

Belge Cinsi	Belge Tarihi	Belge №	Ürün Adı	GTİP
Ürün Miktarı	Fatura Tarihi	Fatura №	Şarj № <sup>(2)</sup>	Son Kullanım Tarihi <sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> Ek-3 ve Ek-7 listeler kapsamı ürünler için geçerli değildir.

<sup>2</sup> Ek-4, Ek-5 ve Ek-6 listeler kapsamı ürünler için geçerlidir.

## ANEXO VI: CARTA DE COMPROMISO DE ETIQUETADO

EK-1

### ETİKET TAAHHÜTNAMESİ

GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞINA

..... Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü

5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu hükümlerine göre İthal edilen Hayvansal Ürün İthalatında Kontrol Belgesi Onaylanması ve İthalat Aşamasında Sunulması Gereken Belgeler Hakkında Tebliğ kapsamındaki, hayvansal gıdaların 29/12/2011 tarihli ve 28157 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğine ve Türk Gıda Kodeksi Ürün Tebliğlerine; yem için 27/12/2011 tarihli ve 28155 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Yemlerin Piyasaya Arzı ve Kullanımı Hakkında Yönetmeliğine uygun olarak ithalattan sonraki iki ay ve gerektiğinde Bakanlığın belirleyeceği ek süre içinde etiketledikten sonra piyasaya arz edeceğimizi, aksi takdirde doğacak her türlü hukuki sorumluluğun tarafımıza ait olacağını bu belge ile kabul, beyan ve taahhüt ederiz. ....../....../20....

İthalatçı Firma Kaşesi ve Yetkilisinin Adı, Soyadı ve İmzası

Adres:

## ANEXO VII: ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN

### 1. 1604: PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO; CAVIAR Y SUS SUCEDÁNEOS PREPARADOS CON HUEVAS DE PESCADO

#### ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	276.647	20,30%
Alemania	N.A.	156.624	11,49%
Italia	N.A.	128.992	9,46%
Inglaterra	N.A.	100.799	7,39%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	663.062	48,64%
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>1.362.569</b>	<b>100%</b>

#### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	686.976	33,74%
Alemania	N.A.	351.260	17,25%
Italia	N.A.	278.755	13,69%
Inglaterra	N.A.	127.324	6,25%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	1.444.315	70,94%
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>2.035.696</b>	<b>100%</b>

#### ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	N.A.	892.232	41,13%
Alemania	N.A.	838.410	38,65%
Italia	N.A.	141.817	6,54%
Inglaterra	N.A.	110.495	5,09%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	N.A.	1.982.954	91,42%
<b>Total</b>	<b>N.A.</b>	<b>2.169.143</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

## 2. 160412: ARENQUES

### ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	1.724	9.418	56,45%
China	499	6.939	41,59%
Bulgaria	64	326	1,95%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>2.287</b>	<b>16.683</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>2.287</b>	<b>16.683</b>	<b>100%</b>

### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	2.318	15.390	74,47%
EEUU	500	4.889	23,65%
Alemania	30	387	1,87%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>2.848</b>	<b>20.666</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>2.848</b>	<b>20.666</b>	<b>100%</b>

### ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	1.846	11.604	98,84%
Alemania	16	136	1,16%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>1.862</b>	<b>11.740</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>1.862</b>	<b>11.740</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

### 3. 160413: SARDINAS, SARDINELAS Y ESPADINES

#### ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Albania	2.000	24.360	93,72%
Suecia	95	1.360	6,28%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>2.095</b>	<b>25.990</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>2.095</b>	<b>25.990</b>	<b>100%</b>

#### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	620	9.702	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>620</b>	<b>9.702</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>9.702</b>	<b>100%</b>

#### ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	143	2.141	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>143</b>	<b>2.141</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>2.141</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)



#### 4. 160414: ATUNES, LISTADOS Y BONITOS

##### ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	23.142	138.275	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	23.142	138.275	100%
<b>Total</b>	<b>23.142</b>	<b>138.275</b>	<b>100%</b>

##### ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Filipinas	15.000	77.112	57,20%
Tailandia	12.864	57.455	42,62%
Ecuador	20	222	0,16%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	27.844	134.789	100%
<b>Total</b>	<b>27.844</b>	<b>134.789</b>	<b>100%</b>

##### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	63.525	253.265	58,12%
Ecuador	21.150	94.026	21,58%
Filipinas	15.000	59.225	13,59%
Italia	7.488	29.174	6,69%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	107.163	435.690	100%
<b>Total</b>	<b>107.163</b>	<b>435.690</b>	<b>100%</b>

##### ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	139.281	601.201	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	139.281	601.201	100%
<b>Total</b>	<b>139.281</b>	<b>601.201</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

## 5. 160416: ANCHOAS

### ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Albania	389	7.722	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>389</b>	<b>7.722</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>7.722</b>	<b>100%</b>

### ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Albania	194	3.876	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>194</b>	<b>3.876</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>194</b>	<b>3.876</b>	<b>100%</b>

### ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
España	570	11.567	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>570</b>	<b>11.567</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>570</b>	<b>11.567</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

6. 160417: ANGUILAS

ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
China	3.000	18.088	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	3.000	18.088	100%
<b>Total</b>	<b>3.000</b>	<b>18.088</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

**7. 160419: LOS DEMÁS PESCADOS; PREPARADOS Y EN CONSERVA**  
ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	21.542	133.245	100%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	21.542	133.245	100%
<b>Total</b>	<b>21.542</b>	<b>133.245</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	72.664	370.485	71,64%
Estonia	36.120	128.843	24,91%
China	800	17.809	3,44%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	109.584	517.137	100%
<b>Total</b>	<b>109.584</b>	<b>517.137</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	146.930	636.818	78,04%
Estonia	36.123	127.324	15,60%
Holanda	3.355	30.809	3,77%
Dinamarca	2.751	20.797	2,54%
Vietnam	8	262	0,03%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	189.167	816.010	100%
<b>Total</b>	<b>189.167</b>	<b>816.010</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Alemania	185.207	892.096	97,79%%
Holanda	1.200	10.414	1,41%
Dinamarca	973	7.852	0,86%
Suecia	200	1.252	0,13%
Estonia	12	564	0,06%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	187.592	912.178	100%
<b>Total</b>	<b>187.592</b>	<b>912.178</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

**8. 160420: LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO**  
ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Holanda	14.000	93.724	56,28%
China	1.760	41.332	24,82%
Tailandia	5.000	27.002	16,21%
Kazajistán	200	3.719	2,23%
Suecia	115	743	0,44%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>21.075</b>	<b>166.520</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>21.075</b>	<b>166.520</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Noruega	30.667	246.604	59,66%
China	29.140	92.847	22,46%
Tailandia	9.970	43.344	10,49%
EEUU	613	14.309	3,46%
Suecia	967	7.093	1,72%
Alemania	1.000	6.320	1,53%
Italia	95	1.671	0,40%
Vietnam	2.000	1.031	0,25%
Estonia	4	149	0,04%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>74.456</b>	<b>413.368</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>74.456</b>	<b>413.368</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Noruega	35.633	340.710	65,69
China	31.893	83.527	16,10
Alemania	3.942	31.726	6,12
Tailandia	6.714	25.490	4,91
EEUU	532	17.509	3,38
Suecia	779	9.014	1,74
Kazajistán	300	5.003	0,96
Italia	288	4.968	0,96
Malasia	63	749	0,14
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.

<b>Subtotal</b>	80.144	518.696	100%
<b>Total</b>	<b>80.144</b>	<b>518.696</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	34.804	237.209	46,28%
China	75.001	141.817	27,67%
Noruega	6.500	105.224	20,53%
EEUU	895	17.683	3,45%
Kazajistán	300	5.513	1,08%
Suecia	501	5.121	1,00%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>118.001</b>	<b>512.567</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>118.001</b>	<b>512.567</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

9. 160430: CAVIAR Y SUS SUCEDÁNEOS

ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Corea del Sur	8.040	95.904	38,85%
Italia	58	51.115	20,70%
China	2.500	39.029	15,81%
Noruega	1.312	30.043	12,17%
Suecia	1.310	14.817	6,00%
Taiwan	768	10.942	4,43%
Islandia	163	5.030	2,04%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>14.151</b>	<b>246.880</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>14.151</b>	<b>246.880</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Corea del Sur	5.700	68.430	29,70%
Islandia	1.573	42.391	18,40%
EEUU	1.230	28.659	12,44%
Suecia	1.255	27.927	12,12%
Taiwan	1.312	18.419	7,99%
Alemania	99	18.045	7,83%
China	681	16.412	7,12%
Noruega	730	9.915	4,30%
Italia	2	223	0,10%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>12.582</b>	<b>230.421</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>12.582</b>	<b>230.421</b>	<b>100%</b>

ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Suecia	2.311	33.117	28,13%
EEUU	1.955	28.209	23,96%
Islandia	1.260	22.963	19,50%
Taiwan	1.100	16.924	14,37%
Rusia	323	11.064	9,40%
Noruega	365	5.271	4,48%
Corea del Sur	4	201	0,17%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>7.318</b>	<b>117.749</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>7.318</b>	<b>117.749</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)

**10.** 160432: SUCEDÁNEOS DEL CAVIAR

ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
Islandia	2.899	36.027	62,23%
EEUU	984	8.615	14,88%
Taiwan	432	6.534	11,29%
Corea del Sur	432	6.087	10,51%
Suecia	43	630	1,09%
Chile (Posición)	N.A.	N.A.	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>4.790</b>	<b>57.893</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>4.790</b>	<b>57.893</b>	<b>100%</b>

Fuente: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU – TÜİK (Instituto de Estadística Turco)