



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras



Estudio de mercado **CHIPS DE VEGETALES** en Turquía

Ministerio de Producción,
Comercio Exterior, Inversiones y Pesca


Gobierno
del **Ecuador**

GUILLERMO LASSO
PRESIDENTE

r

CONTENIDO

CHIPS DE VEGETALES EN EL MERCADO TURCO	1
1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA	1
1.1 Descripción del producto.....	1
1.2 Subpartida arancelaria.....	1
2. INFORMACIÓN DE MERCADO	2
2.1 Datos de producción	2
2.2 Segmento de mercado	2
2.3 Tendencias de consumo.....	3
3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	3
3.1 Diferentes usos del producto.....	3
3.2 Requisitos de Calidad	3
3.3 Empaque & Envase	4
3.4 Etiquetado.....	5
4. COMERCIO EXTERIOR.....	6
4.1 Principales países proveedores del producto en Turquía.....	6
4.2 Análisis de la competencia	8
4.3 Análisis logístico	11
5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	12
6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL	13
6.1 Promoción al consumidor	13
6.2 Ferias y eventos de promoción comercial 2022	14
7. CERTIFICACIONES	14
8. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	14
8.1 Barreras arancelarias.....	14
8.2 Barreras no arancelarias.....	16
9. PRECIOS	16
10. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	21
10.1 Conclusión.....	21
10.2 Recomendaciones.....	22
REFERENCIAS.....	22

CHIPS DE VEGETALES EN TURQUÍA

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA

1.1 Descripción del producto



Los snacks ecuatorianos tipo chips, están elaborados principalmente con plátano verde, plátano maduro, yuca, malanga, papas nativas andinas, camote, remolacha, entre otros.

En el mercado turco se encuentran snacks tipo chips de vegetales, de berenjena, zucchini, tomate, brócoli, remolacha, lentejas, garbanzos, entre otros que se presentarán en la sección No. 9 de presente estudio.

1.2 Subpartida arancelaria

El presente estudio considerará 2 subpartidas:

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
2008.99	FRUTAS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE LAS PLANTAS, PREPARADAS O CONSERVADAS, INCLUSO CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE
2005.99	VEGETALES Y MEZCLAS DE VEGETALES, PREPARADOS O CONSERVADOS SIN VINAGRE, SIN CONGELAR

Es importante puntualizar que dentro de la subpartida 2808.99 Turquía clasifica e incluye al puré de banano, por esta razón en las estadísticas de la fuente oficial turca, se muestra a Ecuador como uno de los principales proveedores. En la sección “Comercio Exterior” de este estudio, se mostrarán interesantes cifras de importación desde Ecuador correspondientes a esta subpartida, sin embargo, se tratará de puré de banano, mas no de chips de vegetales. Turquía hoy por hoy no se encuentra importando chips de vegetales desde Ecuador.

2. INFORMACIÓN DE MERCADO

2.1 Datos de producción

Si bien no existe una cifra oficial específica que permita cuantificar la producción turca de snacks tipo chips de vegetales, es evidente su presencia en las perchas de supermercados y tiendas de alimentos.

Por su parte, las cifras estadísticas oficiales de Turquía dan cuenta de exportaciones turcas bajo las subpartidas 2008.99 y 2005.99.

Así entonces, Turquía registra exportaciones de la subpartida 2008.99 (Frutas y demás partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante), por un valor de USD 28,405,523¹ en el año 2021.

En el caso de la subpartida 2005.99 (vegetales y mezclas de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar), Turquía registra exportaciones por un valor de USD 80,161,656² en el año 2021.

En ambos casos, durante los últimos 5 años, los volúmenes de exportación han tenido una tendencia creciente.

La demanda local presenta una particularidad, la misma se satisface tanto con la producción local, así como con las importaciones. Dado el aumento de la conciencia alimentaria global, se espera que la demanda por este tipo de productos crezca de acuerdo con las nuevas tendencias del mercado.

2.2 Segmento de mercado

Se podría decir que el consumo de los chips de vegetales corresponde mayormente al tipo de consumidores de clase media - alta y alta. Las últimas tendencias del mercado que sugieren formas más saludables de alimentación, han dado paso a la demanda de productos como chips de vegetales, los cuales se presentan al consumidor como una alternativa más nutritiva en lugar de los tradicionales chips con altas concentraciones de hidratos de carbono (papas fritas, snacks de maíz tipo tortilla).

¹ Fuente: Instituto Turco de Estadísticas (TUIK), <https://rapory.tuik.gov.tr/16-06-2022-14:36:28-3475170916969831761439379638.html>

² Fuente: Instituto Turco de Estadísticas (TUIK), <https://rapory.tuik.gov.tr/16-06-2022-14:37:36-13290120661360617319232910937.html>

Las ciudades en las cuales se concentra el segmento de la población con mayor capacidad de adquirir esta clase de productos, son Estambul, Ankara y Esmirna, las cuales son precisamente las 3 ciudades más grandes de Turquía.

2.3 Tendencias de consumo

- En los últimos 3 años se ha podido evidenciar un incremento en las opciones de snacks tipo chips que se ofertan en las perchas de supermercados turcos, respondiendo a la tendencia de consumo de alimentos más saludables.
- Por su parte, el aumento de la conciencia alimentaria de la población ha contribuido a que los consumidores analicen con mayor detenimiento los ingredientes y contenidos de los alimentos que adquieren.

3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Diferentes usos del producto

Los chips de vegetales y productos similares son consumidos al retail. El producto se vende en supermercados y sitios de internet para ser comprado por el consumidor final.

3.2 Requisitos de Calidad

El Ministerio de Agricultura y Silvicultura de Turquía es la autoridad competente responsable de las políticas de importación, la legislación y los controles e inspecciones oficiales de alimentos y productos agrícolas, relacionados con la inocuidad de los alimentos y productos.

Las importaciones de productos alimenticios a Turquía solo están permitidas si cumplen con las regulaciones relacionadas con los controles de importación y el Código Alimentario turco. Turquía está armonizando sus regulaciones de importación de alimentos y las Regulaciones del Codex Alimentario de Turquía con las de la Unión Europea. Si el producto en cuestión no está cubierto por el Codex alimentario turco, los funcionarios pueden consultar las reglamentaciones internacionales, como la Organización Internacional de Normalización (ISO), el Codex Alimentarius o las directivas pertinentes de la UE³.

³https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20and%20Agricultural%20Import%20Regulations%20and%20Standards%20Country%20Report_Ankara_Turkey_06-30-2021.pdf

A través del siguiente link se puede acceder al Código Alimentario de Turquía:

<https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Menus/81/Turkish-Food-Codex-Legislation>

3.3 *Empaque & Envase*

3.3.1 *Empaque*

Los chips de vegetales y productos similares no presentan ningún empaque, estos productos llegan a los supermercados en cajas de cartón sin ninguna particularidad especial, para luego ser perchados.

3.3.2 *Envase*

Los snacks de vegetales y otros productos similares son comercializados en bolsas de aluminio y diferentes tipos de plástico, como el polipropileno (PP) o el tereftalato de polietileno (PET). Se comercializan en presentaciones de diferente gramaje: 10gr, 30 gr, 45 gr, 50 gr, 60 gr, 75 gr, 85 gr, 150 gr., etc.



Fuente: Supermercado Migros



Fuente: Supermercado Carrefour



Fuente: Supermercado Macrocenter



Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



3.4 Etiquetado

El etiquetado de los alimentos se rige por el reglamento publicado en la Gaceta Oficial del 29 de diciembre de 2011.

La información obligatoria que debe ser incluida en la etiqueta de acuerdo al artículo 8 de este reglamento es:

Información de etiqueta obligatoria

ARTÍCULO 8– (1) Sin perjuicio de las excepciones en los artículos pertinentes de este Reglamento, es obligatorio incluir la siguiente información en la etiqueta de los alimentos:

- Nombre del producto
- Lista de ingredientes
- Componentes alérgenos o coadyuvantes de procesamiento de alérgenos especificados en artículo 21
- Cantidad de componentes o grupos de componentes especificados en el artículo 22
- Peso neto
- Fecha de consumo recomendada o fecha de caducidad de alimentos microbiológicamente perecederos
- Condiciones especiales de almacenamiento y/o condiciones de uso
- Nombre o razón social y dirección del fabricante, envasador, importador o distribuidor
- Número de registro comercial del fabricante o envasador sujeto a registro
- País de origen
- Instrucciones de uso cuando fuera difícil hacer un uso apropiado del alimento en ausencia de tales instrucciones

Para acceder al reglamento completo, puede ingresar al siguiente link:
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/12/20111229M3-7.htm>

Los datos de la etiqueta deben especificarse en idioma turco sobre el envase original. Hay 2 posibilidades: incluir la información en el envase original utilizando el mismo formato del resto de idiomas incluidos o pegar un “sticker” o pegatina sobre dicho envase. Esta pegatina suele ser de fondo blanco con el texto en negro y sin ningún diseño especial.



Fuente: Supermercado Macrocenter

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1 Principales países proveedores del producto en Turquía

Los principales países proveedores de Turquía de la subpartida 2008.99 (Frutas y demás partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante) en el año 2021, fueron España con el 31%, Ecuador con el 18%, India con el 12%, Costa Rica con el 8% y Guatemala con el 6%.

Cabe indicar que Ecuador constituye uno de los principales proveedores de puré de banano para Turquía, país que clasifica e incluye a este producto dentro de la subpartida 2008.99.

Existen así también, otros proveedores constantes de la subpartida 2008.99 como Estados Unidos, Pakistán, China, Alemania y Tailandia.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



Tabla 1: Importaciones realizadas por Turquía- Subpartida 2008.99

SUBPARTIDA 2008.99 (FRUTAS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE LAS PLANTAS, PREPARADAS O CONSERVADAS, INCLUSO CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE) USD						
PAÍSES	2017	2018	2019	2020	2021	PARTICIPACIÓN 2021
ESPAÑA	4,630,088	2,291,349	1,757,838	1,784,057	1,329,199	31%
ECUADOR	938,981	912,823	1,153,708	1,044,678	795,513	18%
INDIA	737,847	778,371	452,224	534,990	535,069	12%
COSTA RICA	-	-	-	106,699	359,256	8%
GUATEMALA	-	-	-	35,081	269,604	6%
CHINA	75,104	162,508	262,237	195,662	174,266	4%
PAKISTÁN	417,069	80,737	18,941	64,825	78,173	2%
ESTADOS UNIDOS	925,915	510,386	147,976	175,269	44,014	1%
TAILANDIA	144,169	34,346	38,476	5,711	37,878	1%
FRANCIA	313,191	444,134	144,104	86,416	26,025	1%
ALEMANIA	4,508	24,399	196,565	74,993	71	0.002%
OTROS PAÍSES	457,337	354,771	284,910	514,492	651,901	15%
TOTAL	8,644,209	5,593,824	4,456,979	4,622,873	4,300,969	100%

Fuente: Instituto Turco de Estadísticas (TUIK)

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

En el caso de la subpartida 2005.99 (Vegetales y mezclas de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar), los principales países proveedores de Turquía, durante el año 2021 fueron Países Bajos con una participación del 24%, Alemania con una participación del 16%, Italia con una participación de 12%, Francia, Bélgica y China con una participación del 7% respectivamente y Perú con una participación del 4%.

Tabla 2: Importaciones realizadas por Turquía- Subpartida 2005.99

SUBPARTIDA 2005.99 (VEGETALES Y MEZCLAS DE VEGETALES, PREPARADOS O CONSERVADOS SIN VINAGRE, SIN CONGELAR)						
USD						
PAÍSES	2017	2018	2019	2020	2021	PARTICIPACIÓN 2021
PAÍSES BAJOS	7,502	22,368	180,171	224,665	369,714	24%
ALEMANIA	315,495	273,263	133,233	302,000	241,820	16%
ITALIA	71,995	157,698	146,179	194,420	184,238	12%
FRANCIA	278,431	301,741	382,368	151,039	114,413	7%
BÉLGICA	-	-	-	-	109,290	7%
CHINA	137,705	89,303	213,983	161,653	107,092	7%
PERÚ	449,188	476,606	551,696	215,039	69,373	4%
POLONIA	295,997	376,571	318,817	64,179	35,033	2%
GRECIA	193,417	470,771	3,778	-	2	0.0001%
OTROS PAÍSES	380,503	417,941	342,964	347,196	318,170	21%
TOTAL	2,130,233	2,586,262	2,273,189	1,660,191	1,549,145	100%

Fuente: Instituto Turco de Estadísticas (TUIK)

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

4.2 Análisis de la competencia

SUBPARTIDA 2008.99 (Frutas y demás partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante)

ESPAÑA

Durante el 2021, España exportó \$1,329,199.00 a Turquía, ocupando así el 31% de participación en el mercado. Así mismo, y durante los últimos 5 años, se ha constituido en el principal proveedor de Turquía, aun cuando el volumen exportado ha caído en un 71% en comparación con el 2017.

La relativa cercanía de España con Turquía, en comparación con otros proveedores latinoamericanos, constituye sin dudas una gran ventaja, pues los productos comercializados toman menos días de tránsito y por ende los costos del transporte (aéreo o terrestre) resultan más convenientes.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



Aun cuando existe una Unión Aduanera entre Turquía y la Unión Europea, al arancel aplicado a esta subpartida es el mismo que se aplica para Ecuador, es decir 58.5%.

ECUADOR

Durante el 2021, Ecuador exportó \$795,513.00 a Turquía, ocupando así el 18% de participación en el mercado. Así mismo, y durante los últimos 5 años, se ha constituido en el segundo proveedor de Turquía, de productos dentro de esta subpartida. El volumen exportado hacia Turquía, sin embargo, ha caído en un 15% en comparación con el 2017.

Los productos ecuatorianos en su mayoría son transportados por vía marítima.

El arancel aplicado a Ecuador es del 58.5%⁴⁵.

INDIA

Durante el 2021, India exportó \$535,069.00 a Turquía, ocupando así el 12% de participación en el mercado. El volumen exportado hacia Turquía, sin embargo, ha caído en un 27% en comparación con el 2017.

El arancel aplicado a India es del 58.5%⁶.

COSTA RICA & GUATEMALA

En cuanto a los competidores latinoamericanos Costa Rica y Guatemala, estos países apenas aparecen en el año 2021, en los anteriores años no se registran importaciones realizadas desde estos países.

El arancel aplicado a Costa Rica y Guatemala es del 58.5%.

SUBPARTIDA 2005.99 (Vegetales y mezclas de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar)

⁴ Fuente: Arancel oficial turco 2022,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

⁵ Fuente: Arancel oficial turco 2022,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

⁶ Fuente: Arancel oficial turco 2022,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

ALEMANIA & FRANCIA

Durante el periodo analizado (últimos 5 años) Alemania y Francia han sido constantes exportadoras de productos de la partida 2005.99 hacia el mercado turco. Los volúmenes de exportación han sido similares desde los 2 países. En el 2021, Alemania exportó \$241,820.00, mientras que Francia exportó \$114,413,00.

La relativa cercanía de estos países con Turquía, en comparación con otros proveedores latinoamericanos, constituye sin dudas una gran ventaja, pues los productos comercializados toman menos días de tránsito y por ende los costos del transporte (aéreo o terrestre) resultan más convenientes.

El arancel aplicado para esta partida para la Unión Europea es del 39%⁷.

PAÍSES BAJOS

Durante el 2021, Países Bajos ocupa el mayor porcentaje de participación en el mercado turco, con un 24%, equivalente a \$369,714.00. En años anteriores, los volúmenes importados por Turquía desde este país fueron mucho menores, sin embargo, en 2021 se posiciona como el primer proveedor.

Al igual que el resto de países en Europa, la relativa cercanía es un factor muy ventajoso para el comercio con Turquía. Adicionalmente, existen muchas empresas turcas que han decidido establecer centros logísticos en Países Bajos, lo que facilita aún más las operaciones comerciales.

El arancel que pagan los productos provenientes de Holanda, es del 39%⁸.

PERÚ

En lo que respecta a la subpartida 2005.99, Perú es el competidor latinoamericano directo de Ecuador. Los volúmenes importados desde este país son bastante relevantes en el mercado. Entre los años 2017 a 2019, Perú fue el principal proveedor de Turquía. En los años subsiguientes, las exportaciones peruanas han sufrido una importante caída, existiendo así una reducción del 85% de acuerdo a lo comercializado el año 2021 (\$69,373.00) con relación al flujo comercial del año 2017 (\$449,188.00).

⁷ Fuente: Arancel oficial turco 2022,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

⁸ Fuente: Arancel oficial turco 2022,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

El tiempo de tránsito de los productos peruanos hacia Turquía, por vía marítima, es mayor que el tiempo de tránsito de los productos ecuatorianos. El arancel que pagan los productos provenientes de Perú, es del 39%⁹.

4.3 Análisis logístico

El transporte de productos alimenticios hacia Turquía difiere según el país de origen de la carga. En el caso de los productos que provienen de Europa, la mayoría del comercio se realiza vía terrestre, por su parte, para envíos desde destinos más lejanos como Ecuador y el resto de países latinoamericanos, el comercio se realiza en su mayoría, vía marítima, en tanto la naturaleza del producto lo permita.

A continuación, se presenta un cuadro resumen con la duración del transporte según el medio y el país de origen:

Tabla 3: Resumen de duración del transporte según medio y país de origen

PAÍS DE ORIGEN	PAÍS DE DESTINO	MEDIO DE TRANSPORTE	DURACIÓN APROXIMADA
ESPAÑA	TURQUÍA	AÉREO	4H 30 MIN
		TERRESTRE	36H
PAÍSES BAJOS	TURQUÍA	AÉREO	3H 30 MIN
		TERRESTRE	27H
BÉLGICA	TURQUÍA	AÉREO	3H 30 MIN
		TERRESTRE	27H
FRANCIA	TURQUÍA	AÉREO	3H 30 MIN
		TERRESTRE	28H
ALEMANIA	TURQUÍA	AÉREO	3H 30MIN
		TERRESTRE	23H
ECUADOR	TURQUÍA	AÉREO	14 HORAS
		MARÍTIMO	33 A 35 DÍAS A LOS PUERTOS TURCOS PARA ENVÍOS DE CARGA SECA**.
PERÚ	TURQUÍA	AÉREO	15 HORAS
		MARÍTIMO	38 A 40 DÍAS
COSTA RICA	TURQUÍA	AÉREO	13 HORAS
		MARÍTIMO	21 DÍAS
GUATEMALA	TURQUÍA	AÉREO	13 HORAS
		MARÍTIMO	21 DÍAS

Fuente: <https://www.searates.com/es/services/distances-time/> / <https://tr.distance.to/>

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

** Fuente: Entrevista a importador de alimentos, Sr. Mustafa Davutoglu, empresa GAMEDA.

⁹ Fuente: Arancel oficial turco 2022,

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

ECUADOR

En el caso de Ecuador, las principales empresas con las que los exportadores ecuatorianos trabajan para enviar carga a Turquía son:

- ✓ Maersk
- ✓ MSC
- ✓ CMA

Hoy en día el costo de envío por vía marítima de un contenedor de 40 pies puede bordear los \$6.000 y los \$8.000, dependiendo de la carguera usada.

Adicional al costo del flete marítimo, se deberá tomar en cuenta el costo de los servicios de un agente de aduana y también costos adicionales como análisis del producto solicitado por las autoridades turcas.

Según lo indicado en una entrevista realizada al Sr. Mustafa Davutoglu, gerente de la empresa GAMEDA Gida Dis Ticaret Ltd. (importador de chifles ecuatorianos hasta el año 2017), la tarifa para el agente de aduanas no representaría un gran valor en comparación con el costo de la carga; el valor bordearía los \$ 250 - \$ 300, no obstante, la tarifa de análisis, que es un procedimiento obligatorio para cada variedad del producto importado tendrá un mayor valor (por ejemplo, en el caso de los chifles: chifles salados, con chile o con sabor a ajo, cada variedad será sometida a un análisis individual). El análisis de cada variedad puede costar entre \$ 750 - \$ 800. Sin embargo, se debe actualizar el costo de los análisis pues los mismos cambian constantemente.

5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Los productos tipo chips son comercializados en supermercados, tiendas de alimentos, y a través de ventas online en plataformas específicas.

Usualmente las cadenas de supermercados turcas no importan sus productos directamente; en su defecto, estas prefieren abastecerse de importadores y empresas mayoristas.

Las empresas importadoras tienen muchos canales para vender sus productos importados, como minoristas pequeños especializados, grandes minoristas como supermercados (Migros, Macro Center, Carrefour, Metro Gross Market), tiendas pequeñas “gourmet” y sitios de compras en línea.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



La distribución puede ser realizada por el importador/vendedor a cada tienda o punto de venta, pero es una operación costosa en grandes ciudades como Estambul o Ankara; o, el importador/vendedor puede entregar la carga a los almacenes principales o centros de distribución de los minoristas y luego el producto puede ser enviado a los puntos de venta minorista (es decir, supermercados) por los camiones del minorista junto con los demás productos/artículos. Naturalmente, el minorista solicitará una pequeña tarifa de transporte o logística por el transporte a la empresa importadora.

Adicionalmente, se deberá tomar en cuenta todos los factores que intervienen en la fijación del precio final del producto, ya que como se mencionó anteriormente, el producto es comercializado en su mayoría a través de los supermercados. Existe entonces, la llamada "tarifa de entrada al estante" ("*shelf entrance fee*") o en su lugar, un valor ligeramente más alto requerido por los minoristas. La tarifa de entrada puede variar de un minorista a otro y del producto en cuestión. Aquellos que acepten pagar una tarifa de entrada tendrán una mejor posición de negociación para determinar el margen de ganancia que se asignará a los minoristas sobre el precio de venta final. Dependiendo del producto, un minorista puede solicitar fácilmente un margen de ganancia del 30 % al 50 %. En cuanto al margen de ganancia del importador, no será inferior al 40% - 50%. Estos porcentajes, sin embargo, se han vuelto aún más sensibles e importantes en el entorno de la economía actual de Turquía y el volátil tipo de cambio Lira turca – Dólar americano.¹⁰

6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

6.1 Promoción al consumidor

De acuerdo a las entrevistas realizadas para el presente estudio y tomando en cuenta la cultura de negocios turca, algunas estrategias de promoción comercial serán:

- ✓ Uso de redes sociales
- ✓ Participación en ferias comerciales
- ✓ Actividades de degustación en puntos estratégicos de retail como supermercados de alta gama (Macrocenter, Migros, Carrefour gourmet), centros comerciales.
- ✓ Colocación / publicación del producto en folletos mensuales de promoción/publicidad de los retailers (supermercados).
- ✓ Debido a que los chips de vegetales tienen un nicho de mercado pequeño y específico, no se recomendaría realizar una campaña publicitaria en televisión, puesto que, además de ser muy costoso, la promoción debe ser más personalizada y direccionada al grupo de personas en capacidad de adquirir el producto.

¹⁰ Entrevista a importador de alimentos, Sr. Mustafa Davutoglu, empresa GAMEDA.

6.2 Ferias y eventos de promoción comercial 2022

Las ferias y eventos comerciales ofrecen grandes oportunidades para promover los productos a los importadores en el mercado turco. El siguiente evento es el más relevante para la promoción de productos alimenticios en Turquía:

Tabla 4: Eventos Comerciales en Turquía

NOMBRE DE LA FERIA	LUGAR	FECHA	WEBSITE
WORLDFOOD İSTANBUL 2022 30.ULUSLARARASI GIDA ÜRÜNLERİ VE TEKNOLOJİLERİ FUARI	ESTAMBUL - TURQUÍA	01 AL 04 SEPTIEMBRE 2022	HTTPS://WORLDFO OD- ISTANBUL.COM/HO ME

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

Otros eventos de promoción comercial del sector de alimentos procesados (chips) que se pueden realizar en Turquía con la asistencia de la Oficina Comercial del Ecuador en Ankara:

- Agendas personalizadas presenciales y/o virtuales
- Oportunidades comerciales
- Actividades de degustación

7. CERTIFICACIONES

Hoy por hoy el mercado turco no exige ninguna certificación específica para productos en la categoría de “chips” o “snacks” de vegetales. Sin embargo, si el producto ya cuenta con certificaciones requeridas para otros mercados, será muy bien recibido por el importador.

8. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

8.1 Barreras arancelarias

- Los productos ecuatorianos comprendidos en la subpartida **2008.99** (*Frutas y demás partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante*), gravan un arancel del 58.5%.

A continuación, se presenta una tabla referencial en la cual se podrá observar el arancel aplicado a diversos países. Cabe recalcar que Ecuador se encuentra en la categoría “*otros países*”:

Tabla 5: Porcentajes referenciales de aranceles aplicados a diversos países para partida 2008.99

PAÍS	ARANCEL
UNIÓN EUROPEA E INGLATERRA	58.5%
GEORGIA	0%
BOSNIA HERZEGOVINA	0%
COREA DEL SUR	58.5%
MALASIA	58.5% / 29%
SINGAPUR	14.6%
KOSOVO	58.5%
VENEZUELA	58.5%
PAÍSES D-8**	58.5%
OTROS PAÍSES	58.5%

Fuente: Arancel Turco publicado en la gaceta oficial del 31 de diciembre de 2021,

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

** D-8 Organización para la Cooperación Económica: Bangladesh, Indonesia, Irán, Malasia, Egipto, Nigeria, Pakistán y Turquía

- b) Los productos ecuatorianos comprendidos en la partida **2005.99** (*Vegetales y mezclas de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar*), pagan un arancel del 39%.

A continuación, para referencia, se presenta una tabla en la cual se podrá observar el arancel aplicado para esta subpartida, a diversos países. Cabe recalcar que Ecuador se encuentra en la categoría “*otros países*”:

Tabla 6: Porcentaje referenciales de aranceles aplicados a diversos países para partida 2005.99

PAÍS	ARANCEL
UNIÓN EUROPEA E INGLATERRA	39%
GEORGIA	39%
BOSNIA HERZEGOVINA	0%
COREA DEL SUR	39%
MALASIA	39%
SINGAPUR	9.7%
KOSOVO	39%

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



VENEZUELA	39%
PAÍSES D-8**	39%
OTROS PAÍSES	39%

** D-8 Organización para la Cooperación Económica: Bangladesh, Indonesia, Irán, Malasia, Egipto, Nigeria, Pakistán y Turquía
Fuente: Arancel Turco publicado en la gaceta oficial del 31 de diciembre de 2021,
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP

8.2 Barreras no arancelarias

No se han identificado barreras no arancelarias específicas para el producto “chips de vegetales”.

No obstante, y como se ha mencionado anteriormente, este tipo de productos obligatoriamente tienen que cumplir con un análisis específico al momento de la importación, realizado por las autoridades turcas, y el mismo que tiene un valor aproximado de \$750 - \$800 (se debe siempre confirmar el costo de los análisis pues los mismos cambian constantemente).

9. PRECIOS

Los precios de los productos tipo “chips” cambian constantemente puesto que, en su mayoría, al ser importados están sujetos al tipo de cambio lira turca – euro, lira turca – dólar americano, y también por supuesto dependerá de la inflación del momento, que en marzo del 2022 fue del 61% (tasa de inflación interanual).

En el siguiente cuadro se muestran los precios de productos tipo “chips” en los diversos supermercados turcos:

Tabla 7: Precios en supermercados de Turquía

PRODUCTO	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO LIRAS TURCAS	PRECIO USD T/C 14,7	PESO	IMPORTADOR / PRODUCTOR	SUPERMERCADO	LINK SUPERMERCADO
Misko Chips de vegetales		ESPAÑA	TRY 45.95	\$3.13	85 GRS	ARTİSAN GIDA VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ.	MACRO CENTER	https://www.macrocenter.com.tr/mikso-veggy-cips-85-g-p-4da44b
Eat Real Chips de quinoa		INGLATERRA	TRY 23.61	\$1.61	30 GRS	TRANSMED GIDA SAN.VE TİC.A.Ş.	MACRO CENTER	https://www.macrocenter.com.tr/eat-real-kinoali-cips-domates-sarimsakli-30-g-p-4da409
Vegeats Chips de lentejas		TURQUÍA	TRY 13.95	\$0.95	50 GRS	HEALTHY LIFE GIDA VE SAĞLIK ÜRÜNLERİ SAN.TİC.A.Ş.	MIGROS	https://www.migros.com.tr/vegeats-tuzlu-ve-sirke-aromali-mercimek-cipsi-50-g-p-4da8cb

Zuber Chips de Garbanzo		TURQUÍA	TRY 9.30	\$0.63	55 GRS	DÜZEY TÜK.MAL.SAN. PAZ.VE TİC.A.Ş.	MIGROS	https://www.migros.com.tr/zuber-noutos-firinlanmis-nohut-cipsi-ege-bah-55-g-p-7b49c3
Eat Real Chips de Hummus		INGLATERRA	TRY 23.60	\$1.61	45 GRS	TRANSMED GIDA SAN.VE TİC.A.Ş.	CARREFOUR	https://www.carrefoursa.com/eat-real-hummus-chips-45-gr-p-30115966
Rice Up Chips de arroz integral		BULGARIA	TRY 12.60	\$0.86	60 GRS	KOST GIDA A.S.	CARREFOUR	https://www.carrefoursa.com/rice-up-pesto-soslu-pirinc-cipsi-60-g-p-30272198

Fit Fit Chips de berenjena		TURQUÍA	TRY 4.69	\$0.32	10 GRS	SDA FOOD	FIT FIT TIENDA ONLINE	https://www.fitfityasam.com/urun/eggplant-chips-10-gr
Fit Fit Chips de Zucchini		TURQUÍA	TRY 4.44	\$0.30	15 GRS	SDA FOOD	FIT FIT TIENDA ONLINE	https://www.fitfityasam.com/urun/zucchini-chips-15-gr
Vegee Organique Mix Chips de zanahoria, remolacha y brocoli		ESLOVAQUIA	TRY 28.90	\$1.97	85 GRS	HEALTHY LIFE GIDA VE SAĞLIK ÜRÜNLERİ SAN.TİC.A.Ş.	YOM ORGANIK TIENDA ONLINE	https://www.yomorganik.com.tr/vegee-organik-cips-sebze-cips-glutensiz-vegan-85-gr-2843

<p>Vegan Dunyasi Chips de Remolacha</p>		<p>TURQUÍA</p>	<p>TRY 15.90</p>	<p>\$1.08</p>	<p>50 GRS</p>	<p>VEGAN DUNYASI</p>	<p>VEGAN DUNYASI TIENDA ONLINE</p>	<p>https://www.vegandunyasi.com/gida/kuruyemis-meyveler/pronatural-kurutulmus-kirmizi-pancar-cipsi-50-gr-28941</p>
---	---	----------------	----------------------	---------------	-------------------	----------------------	--	--

*Fuente: Monitoreo en supermercados y tiendas online en Turquía
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Ankara, MPCEIP*

10. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusión

Una mayor conciencia alimentaria de los consumidores turcos y del mundo en general, entendida como el conocimiento reflexivo acerca de los alimentos que se adquieren cotidianamente, propicia sin duda un escenario oportuno para la demanda de chips de vegetales, los cuales representan una opción mucho más nutritiva y saludable que los tradicionales snacks con altos contenidos de hidratos de carbono.

No obstante, la delicada situación económica de Turquía de los últimos años ha repercutido negativamente en la capacidad de consumo de sus habitantes. La progresiva devaluación de la lira turca, cercana al 80% entre abril 2021 y abril 2022, sumado a un arancel de aduanero alto (58.5%), ha generado un encarecimiento significativo de los productos importados. Adicionalmente, la inflación que enfrenta la economía turca ha alcanzado picos históricos a inicios del 2022 (61% interanual a marzo 2022), hecho que incide directamente en la capacidad de adquisición de los consumidores.

A criterio del gerente de la empresa GAMEDA Gida Dis Ticaret Ltd. (importador de chifles ecuatorianos hasta el año 2017), el producto ecuatoriano posee gran calidad y aceptación entre los consumidores turcos, sin embargo, la principal desventaja para Ecuador es el largo trayecto del transporte marítimo hasta Turquía, de aproximadamente 33-35 días, en comparación a los 1-3 días de transporte (terrestre) desde los países europeos proveedores de chips de vegetales para el mercado turco, factor que encarece mucho más al producto ecuatoriano.

Según el importador turco, los altos costos logísticos desde Ecuador, al momento no resultan competitivos frente al resto de proveedores europeos. Por otra parte, debido a la buena relación comercial con proveedores europeos, muchas veces los importadores turcos reciben ciertas concesiones (días de gracia) para realizar sus pagos, incluso en ocasiones posterior al arribo de la carga en destino, es decir mejores condiciones en términos de pago que desde países latinoamericanos en los cuales se solicitarían pagos anticipados.

Adicionalmente al escenario descrito, la actual crisis logística mundial (escasez de cupos navieros e incremento significativo de los costos marítimos) a causa de la pandemia del COVID19, también repercute encareciendo las importaciones, hecho que resta competitividad a productos alimenticios desde países lejanos. Por esta razón, dadas las condiciones actuales del mercado turco, se observa que prevalecen los chips de vegetales y snacks de origen europeo y de producción turca.

10.2 Recomendaciones

En cuanto a la identificación de potenciales compradores de chips de vegetales, siempre será recomendable el monitoreo de nuevos nichos de mercado (demanda) con una importante capacidad de pago, con oportunidades para el ingreso de productos extranjeros (importados), como por ejemplo cadenas de supermercados especializados en alimentos importados, supermercados gourmet, franquicias internacionales de restaurantes y de cafeterías.

Será recomendable que el sector exportador explore las mejores y más convenientes vías de transporte para los productos desde Ecuador que permitan reducir los tiempos de tránsito y costos logísticos a fin de ganar competitividad frente al resto de proveedores.

Adicional a lo anterior, es importante dar atento seguimiento a la fluctuación de la moneda turca y su economía, esperando que se alcance cierta estabilidad frente al USD y con la inflación, a fin de explorar acercamientos con importadores turcos que probablemente experimenten un mejor escenario para las importaciones.

Una eventual negociación de un acuerdo comercial entre Ecuador y Turquía, sin duda mejoraría las condiciones de acceso de los productos ecuatorianos a través de la reducción del alto arancel de importación aplicado por Turquía.

REFERENCIAS

- Instituto Turco de Estadísticas (TUIK)
- <https://www.searates.com/es/services/distances-time>
- <https://tr.distance.to/>
- Entrevista a Sr. Mustafa Davutoglu, gerente de la empresa GAMEDA Gida Dis Ticaret Ltd. (importador de chifles ecuatorianos hasta el año 2017)
- Arancel Turco publicado en la gaceta oficial del 31 de diciembre de 2021 <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/12/20211231M3.pdf>
- Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report - USDA Foreign Agricultural Service https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20and%20Agricultural%20Import%20Regulations%20and%20Standards%20Country%20Report_Ankara_Turkey_06-30-2021.pdf
- Ministerio de Agricultura y Silvicultura de Turquía <https://www.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/EN/AnaSayfa.aspx>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec