



## El Mercado de Frutas en Conserva en Turquía

MAYO / 2014 Oficina Comercial ProChile en Estambul



### El Renacimiento de las frutas en conserva

Turquía es un país tradicionalmente agricultor y cuya economía en los últimos 30 años ha cambiado a los sectores industrial y servicios lo que conllevó la emigración desde las zonas rurales a las urbanas (población urbana: 75% en 2014 y 25% en 1975). Esta evolución que ha alejado a los consumidores de las zonas agrícolas ha ocasionado también fuertes cambios en los hábitos de consumo. Por ejemplo, la elaboración de compotas caseras ha dado paso a la comercialización de frutas en conserva listas para su consumo.

- Principales Países Proveedores.** Las frutas en conserva más importadas en Turquía son los duraznos cuyo país proveedor es Grecia seguido por la piña que se importa desde Tailandia. Cabe destacar que la variedad de durazno griego se valora por su textura firme y su forma íntegra tras su procesado. En la siguiente tabla, se pueden ver las estadísticas de importación por sub-partida arancelaria.
- Exportaciones chilenas:** Exceptuando las exportaciones de duraznos por valor de 865 mil USD realizadas en 2011, no se ha vuelto a registrar ninguna exportación de frutas en conserva desde Chile a Turquía.
- Análisis y comentarios** Turquía es un país agrícola y un gran productor y exportador de fruta fresca, por lo que sus consumidores y la industria derivada (como pastelería) dan una alta prioridad a la fruta de temporada respecto a la fruta en conserva cuyo uso doméstico está comenzando a difundirse en los últimos años. Cabe destacar, la tradición en la cocina turca de elaborar compotas para aprovechar el excedente de la fruta, aunque es una costumbre que tiende a desaparecer con las nuevas generaciones. Actualmente, el mayor consumo se produce en los centros turísticos para los desayunos y la elaboración de pasteles. El consumo en retail en los últimos años está creciendo debido principalmente a los cambios en los hábitos de consumo de la población joven de las grandes ciudades del país. Existe una dependencia de las importaciones de frutas en conserva, sobre todo para las frutas tropicales y de duraznos, en que la producción local no tiene capacidad suficiente para abastecer la demanda.

#### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

Código Producto	2012	2013	% 13/12	Principales proveedores
2008.20 Piña	817	527	-64,50%	Tailandia (78,1%), España (9,8%), Filipinas (6,4%), Kenia (4,3%), Francia (1,1%)
2008.30 Cítricos	171	260	52%	Francia (33%), China (30%), Reino Unido (12,3%), Iraq (12%), EEUU (11,15%)
2008.40 Peras	24	36	50%	Francia (94,4%), Sudáfrica (5,6%)
2008.50 Damascos	36	20	-55%	Francia (50%), Italia (50%)
2008.60 Cerezas	228	14	-93,80%	Holanda (71,4%), Francia (14,3%), Bélgica (7,1%), España (7,1%)
2008.70 Duraznos	3.414	5.181	51,70%	Grecia (99,2%), Reino Unido (0,4%), Francia (0,2%), EEUU (0,1%)
2008.80 Fresas	527	532	1%	Francia (50,5%), Austria (22,3%), Eslovenia (17,8%), EEUU (2,6%), Suiza (2,2%)
2008.93 Arándano	119	29	-75,60%	EEUU (93,1%), Irán (6,9%)
2008.97 Mezclas	1.053	845	-19,70%	Tailandia (57,4%), Bélgica (20%), Holanda (10,2%), Italia (4,9%), Polonia (3,9%)
2008.99 Otros	11.357	14.441	27,10%	España (79%)*, Ecuador (3,5%), Francia (2,8%), Pakistán (2,2%), Guatemala (1,2%)
<b>TOTAL</b>	<b>17.746</b>	<b>21.885</b>	<b>23,3%</b>	

Fuente: Trademap. \* Corresponden a la importación de maíz en conserva

### La distribución y el consumo de Frutas en Conserva en Turquía

La fruta en conserva se utiliza fundamentalmente en el canal foodservice en los hoteles de las zonas turísticas de costa donde se sirve en los desayunos y como postre (ensaladas de frutas). Las frutas utilizadas son principalmente frutas tradicionales como duraznos, damascos, cerezas, guindas y peras.

En cuanto a las frutas en conserva para el canal retail, predominan las frutas tropicales como piña, mango y mezclas de frutas.

En ambos canales, el formato principal de distribución es en latas metálicas, variando únicamente el tamaño (100/850 gr. en retail y 850/3.000/5.000 gr. en foodservice)

#### Participación de mercado por segmento

CANAL	%
RETAIL	15%
FOOD-SERVICE	85%



## ■ Principales actores en la distribución

En el canal retail, son las empresas importadoras las encargadas directamente de la distribución a las cadenas de supermercados. Las cadenas de retail con mayor introducción de frutas en conserva son MacroCenter, Migros, Carrefour, Real, Tesco y los centros de distribución mayorista Metro.

En el canal food-service, como los importadores suelen estar ubicados en la ciudad de Estambul, abastecen directamente a sus clientes de esta ciudad sin existir ningún nivel de intermediación. En otras ciudades de Turquía, como Antalya, Izmir, Marmaris y Bodrum (en la costa del Egeo y Mediterránea y con gran concentración de turismo) y Ankara (capital de Turquía) es habitual la presencia de un distribuidor mayorista local.

Participación de mercado Supermercados (2013) Fuente: [Ortakalan](#)

Nombre	Tipo	No. Tiendas 2013	Ventas 2013	Ubicación	A quién compran?
<a href="#">BIM</a>	Hard discount	3.940	4,8 bill. USD	Nacional	A importadores
<a href="#">Migros</a>	- Hiper (5M & 3M)	962 (Hiper+Super)	3,2 bill. USD	Nacional e Internacional	Importan directamente y a importadores
	- Super (2M & M, M-Jet, Tanşas) - <a href="#">Supermercado Online</a> - Nicho (MacroCenter)				
<a href="#">Carrefour-SA</a>	- Hyper (CarrefourSA)	28 Carrefour	1,2 bill. USD	Nacional e Internacional	Importan directamente y a importadores
	- Super (Carrefour Express)	215 Carrefour Express			
<a href="#">Tesco-Kipa</a>	Hiper, super y tiendas express	189	1 bill. USD	Nacional	A importadores
<a href="#">Metro &amp; Real</a>	Hipermercados	29 Metro 12 Real	2.5 bill. USD	Nacional	Importan directamente y a importadores
<a href="#">Yildiz Holding</a>	- Soft Discount (Diasa, Şok, Onurex) - Wholesale/Cash & Carry (Bizim)	2.582	642 mill USD	Nacional e Internacional	A importadores y mayoristas
<a href="#">A101</a>	Hard discount	2.254	1 bill USD	Nacional	A importadores y mayoristas

## Principales actividades y ferias especializadas para las frutas en conserva

### ■ Ferias internacionales relevantes

A continuación, se detallan las principales ferias de alimentación en Turquía.

- **EDT FAIR / FOOD SERVICE SUPPLIERS EXPO TURKEY** (25-28 Marzo 2015)
- **WORLD FOOD ISTANBUL** (04-07 Septiembre 2014)
- **SIRHA FOOD FESTIVAL** (27-29 Noviembre 2014)
- **ANTALYA ANFAŞ FAIR** (25-28 Febrero 2015)

Además de esta feria, los importadores y los productores turcos participan o visitan las siguientes ferias internacionales: **ANUGA, SIAL, GULFFOOD, THAIFEX, CIBUS.**

Las principales actividades de promoción realizadas por las empresas importadoras/distribuidoras son: promoción de precios en punto de venta, regalo de productos (lata de piña de 850 gr. con regalo de lata de 100 gr), flyers, "inserts" de los supermercados, participación de chefs extranjeros para mostrar distintos usos del producto, organización de ferias reuniendo a los proveedores en el extranjero y sus clientes en Turquía, campañas de mailing, publicidad y artículos relacionados en las revistas de gastronomía.

### ■ Normativas aplicables y requisitos importación

La legislación de importaciones de Turquía se puede consultar en el siguiente enlace del Ministerio de Economía:

<http://www.economy.gov.tr/index.cfm?sayfa=722CFA6D-FF56-46D7-3AB02218DB9FDDA3> De forma específica, para los productos de la partida 2008 se requiere el Certificado de Conformidad del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería; inspección de calidad online realizada por TAREKS; análisis de laboratorio. Es importante tener en cuenta el TLC entre Chile y Turquía, que supone reducciones arancelarias del 50% para algunas frutas en conserva.

### ■ Conclusiones

Tanto en retail como en foodservice los formatos de envase más utilizados son latas metálicas. En el canal foodservice este formato es preferido, puesto que el bote de cristal es más frágil y difícil de almacenar. En cuanto al canal retail, el consumidor presenta un rechazo general a las conservas en lata, debido al sabor que la lata se transmite y no se puede ver el contenido externamente. La lata requiere asimismo un recipiente adicional para la conservación del producto una vez abierta. Se recomienda por lo tanto el bote de cristal para el canal retail.

Actualmente, en las frutas como duraznos la producción local no cubre la demanda y con el aumento del turismo y cambios alimenticios de la población turca se estima que la demanda de frutas en conserva crecerá en los próximos años. Los productos elaborados con su propio jugo, sin aditivos o azúcares añadidos, destacarán respecto a los tradicionales.

Para más información sobre **Frutas en Conserva**, por favor comuníquese con **Gülşan Atalay** al e-mail [gatalay@prochile.gob.cl](mailto:gatalay@prochile.gob.cl)