

Perfil de Utensilios de
Madera para la Cocina
del mercado de Turquía



Índice

01. Mercado - Descripción del Sector	6
1.1 Tamaño de mercado	8
1.1.1 Producción local	8
1.1.2 Exportaciones	11
1.1.3 Importaciones	12
1.1.4 Importaciones desde el Perú	13
1.2 Características generales	13
1.2.1 Usos y formas de consumo	13
1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	15
1.2.3 Auditoría en tiendas	16
1.2.4 Análisis de la competencia	19
1.2.5 Regiones de mayor consumo	21
1.2.6 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	22
1.2.7 Ventaja del producto peruano y competencia	22



02. Condiciones de Acceso	24
2.1 Aranceles	25
2.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores	25
2.3 Barreras, estándares y normas	29
03. Canales de Comercialización	30
04. Información Adicional	34
4.1 Datos de contacto de importadores y comercializadores	34
4.2 Oficinas / gremios en el mercado	35
4.3 Ferias comerciales	36
4.4 Links de Interés	36
05. Bibliografía	37



Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado turco por la consultora Conexio Consulting Services, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Estambul, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ.

Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: "MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Turquía".





01

Mercado - Descripción del Sector



Turquía cuenta con un gran número de hectáreas de bosques a lo largo y ancho de todo el país, muy superior al de otros países de la zona. Concretamente, el 27% de su superficie y un total de 77,8 millones de hectáreas son zonas forestales, lo que supone una gran fuente de recursos para la industria maderera turca en general, y de elaboración de productos de madera en particular.

Las leyes para la explotación de los bosques de Turquía han sufrido modificaciones desde el año 2005, fecha en la que el país inició su proceso de adhesión a la Unión Europea lo que le obliga a trasladar la legislación comunitaria (mucho más avanzada en cuanto a la protección

y control de la naturaleza) a la local, aunque su aplicación está aún lejos de poder considerarse plena.

Con respecto al sector maderable, destaca la obtención de la materia prima de los bosques turcos, empleado fundamentalmente en la industria del mueble, sector muy desarrollado y cuyos productos cuentan con un alto nivel de penetración en los países de la antigua Unión Soviética, Unión Europea y países árabes.

La producción de madera en Turquía se utiliza en un 70% en el sector de la construcción, un 20% en el sector del mueble, un 9% en la industria de



envasado y embalaje, y apenas un 1% en otras industrias donde se incluyen los productos de madera para cocina.

En Turquía existen numerosas zonas industriales donde se concentra la industria de la madera y el mueble, como por ejemplo la ciudad de Inegöl

en la región de Bursa, donde existen un gran número de fabricantes de muebles y productos de madera.

El sector de madera y derivados da empleo a alrededor de 300 000 personas (empleos directos e indirectos), y supone una producción total de USD 19 000 millones.

1.1 Tamaño de mercado

El subsector de artículos de madera para cocina representa un pequeño nicho de mercado dentro del sector de madera y derivados. Sin embargo, estos productos tienen una demanda en constante crecimiento, entre otras razones por el creciente interés con todo lo relacionado con los productos naturales y la proliferación de tiendas en las grandes ciudades de Turquía que distribuyen productos fabricados artesanalmente y que tienen origen en regiones poco desarrolladas (sobre todo del centro y este del país), que aún viven de economía tradicional, incluyendo artesanía y similares.

Según estimaciones de la Asociación de Productos de Madera, Papel y Productos Forestales (İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği), el mercado de productos de madera rondó los USD 40 millones en el año 2015. Esta cifra está condicionada por la naturaleza y origen de los productos, lo que lleva a que exista un porcentaje importante de ventas que se realiza en los mercados al aire libre locales, donde es difícil computar las ventas.

El consumo de madera por habitante en Turquía varió de 0,075 a 0,085 metros cúbicos desde el año 2010 al 2015, según la misma asociación.

1.1.1 Producción local

La tala de madera en Turquía se lleva a cabo por parte del sector privado a través de derechos de uso de los recursos

naturales, derechos que se obtienen del Ministerio de Recursos Naturales a través de sus Direcciones Generales regionales.

Es un sector relativamente avanzado en cuanto a su tecnología debido al desarrollo que también tienen sus industrias clientes, sobre todo la industria del mueble.

El perfil típico de las empresas locales de tala y tratamiento de la madera en bruto es de una pequeña sociedad de menos de 10 personas, en muchos casos familiar, en

plantas de transformación generalmente primitivas en cuanto a la cualificación de la mano de obra y con gran cantidad de maquinaria manual sencilla. Aun así, hay un número considerable de modernas instalaciones de transformación con avanzada maquinaria hidráulica y neumática, y en algunos casos con máquinas de control numérico.

Tabla N° 1: Número de empresas y capacidad de producción en la industria forestal

Número de Empresas (aprox.)	Producción 2012 (m3)	Producción 2013 (m3)	Producción 2014 (m3)
10 000	6 350 000	6 400 000	6 550 000

Fuente: Dirección General de Bosques

Los productos artesanales tradicionales para cocina están hechos generalmente de madera de olmos y hayas. Por zonas geográficas, la producción en este subsector se concentra en Trabzon (principalmente alrededor de Yomra), Kastamonu (Şenpazar), el barrio de Bolu en Konya, Akseki (en Antalya), donde se fabrican cubiertos principalmente. Otras zonas donde también hay una importante industria relacionada son Davağlar (en Kas), Gediz, Geyve, Bolu, Mudurnu, Göynük, Seben y Kırışçık, en Bergama, İzmir, Eskişehir, Anamur y Silifke.

Según estimaciones de la Asociación de Productos de Madera, Papel y Productos Forestales (İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği), la producción de productos de madera para cocina rondó en el año 2015 los USD 25 millones. Aparte hay que tener en cuenta que gran parte de los productos del sector se venden sin ningún control por parte del Estado, por lo que las cifras reales podrían alcanzar los USD 38-40 millones, según las mismas fuentes.



1.1.2 Exportaciones

Las exportaciones de los productos de madera , papel y de origen forestal en general, han aumentado en Turquía de manera constante en los últimos tres años alcanzando en el año 2015 los USD 2 900 millones.

Los países destino de las exportaciones turcas del sector son, en este orden, Irán, Irak y Azerbaiyán, siendo estos también los países destino de las exportaciones de productos de madera para cocina.

Según los objetivos de la Asociación de Exportadores de Turquía, las exportaciones

de Turquía de productos de madera y de productos forestales, se definen dentro de la Estrategia 2023 del Gobierno, con un crecimiento promedio anual del 13 % hasta el año 2023.

En cuanto a las exportaciones de utensilios de madera, estas representan un porcentaje residual dentro de la exportación de productos de madera en general, con una progresión más o menos constante en los últimos años como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla N° 2: Exportaciones de Turquía de utensilios de madera para cocina

Año	2012	2013	2014	2015
Cantidad (kg.)	16 583	19 371	36 589	24 003
Valor (USD)	470 847	633 207	454 428	504 328

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

Se observa una falta de correlatividad en cuanto a las cifras anuales por kg. y valor en USD. Esto se explica por el valor

añadido de los productos exportados en mayor cantidad cada año, así como la fluctuación del cambio USD/TL.



1.1.3 Importaciones

Las importaciones de madera en Turquía han mostrado una tendencia de subidas y bajadas entre los años 2000 y 2015, siendo en el año 2000 de USD 33 millones, cifra que llegó a los USD 143,2 millones en el 2015. Concretamente,

en cuanto a las importaciones de los productos de madera para cocina que recoge la tabla 3, la tendencia ha sido al alza en los últimos 4 años, apoyada en una demanda interna sostenible y en constante crecimiento.

Tabla N° 3: Importaciones de utensilios de madera para cocina en Turquía

GTIP	Cantidad / Valor	2012	2013	2014	2015
441900109000 - Productos de árboles tropicales para productos de madera para cocina	kg	449 814	633 207	454 428	504 328
	USD	519 096	780 167	780 102	673 988
441900909000 – De otros árboles para productos de madera de cocina	kg	3 099 027	4 286 860	3 465 176	4 286 609
	USD	5 950 027	9 649 192	10 750 354	13 995 151
TOTAL	kg	3 548 841	4 920 067	3 919 604	4 790 937
	USD	6 469 123	10 429 359	11 530 456	14 669 139
	USD/kg	1,82	2,12	2,94	3,06

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

Los principales países proveedores de productos de madera para cocina son China, con un 84% (que compite fundamentalmente en precio), siguiendo

en importancia Italia (que exporta principalmente productos de diseño de alto valor) y Filipinas.

1.1.4 Importaciones desde el Perú

Cuando se analizan los datos de las importaciones desde Perú, se observa falta de constancia en las cantidades, debido a que estas son pequeñas partidas o importaciones puntuales para proyectos

concretos, sin existir un flujo constante de importaciones desde el citado país. Incluso, en el año 2013 no existe comercio de estos productos peruanos con destino a Turquía.

Tabla N° 4: Importaciones de productos de madera para cocina desde Perú a Turquía

GTIP	Cantidad / Valor	2012	2013	2014	2015
441900109000 - Productos de árboles tropicales para productos de madera para cocina y vajilla	kg	925	0	15 824	546
441900909000 - Otros árboles para productos de madera para cocina	USD	15 157	0	27 700	9 237

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

1.2 Características generales

1.2.1 Usos y formas de consumo

Contrariamente de cómo se percibían estos productos hace unos años en el mercado turco, como obsoletos, los utensilios de madera y especialmente las cucharas, ahora están ocupando un lugar importante en las cocinas turcas. Esto es debido a la cada vez mayor importancia que dan los

consumidores turcos en términos de la salud a su alimentación y a todo lo que rodea a esta, incluyendo los utensilios de cocina, donde los productos de madera son percibidos como más sanos y saludables que los habituales de metal. Esta tendencia está influyendo en el uso de estos productos.

Turquía es conocida por tener especies autóctonas de árboles apropiados para la producción de cucharas, especialmente y por su forma. En particular, el árbol de boj (*buxus sempervirens*), autóctono del Mar Negro, ha sido un factor importante en la fabricación de cucharas por artesanos de la zona, principalmente por su resistencia para darle la forma durante su producción.

En los últimos años se ha extendido el uso de utensilios de madera (que han formado parte de los hábitos y cultura) desde las zonas rurales, donde se producían y utilizaban tradicionalmente, a las áreas urbanas, donde los consumidores cada vez más (según aumentan la disponibilidad en tiendas) utilizan estos productos no solo como utensilios para

cocinar sino también en algunos casos en sustitución de los tenedores de metal para la ingestión de los alimentos.

Estos productos son percibidos como de origen natural y más saludables. También las preferencias estéticas y las tendencias de consumo más minimalistas en los últimos años (en una parte de la población con un mayor poder adquisitivo), han ayudado al aumento en el comercio de este tipo de productos.

La cuchara de madera es dentro de este subsector el utensilio con mayor demanda, seguido por las tablas de cortar, platos para fruta y, por supuesto, los rodillos, lo que conforma el grupo de productos de madera más consumidos.

Imagen N° 1: Artesanos trabajando y vendiendo cucharas de madera en Anatolia central



Fuente: Asociación de Exportadores de Mobiliario, Papel y Productos Forestales

Imagen N° 2: Productos de maderas modernas en tiendas de artículos para cocina



Fuente: Asociación de Exportadores de Mobiliario, Papel y Productos Forestales

Se observa en el mercado un interés creciente por los productos de madera de buena calidad y diseño, que ya se encuentran en tiendas y cadenas en general de productos para cocina y hogar.

Los clientes de estos establecimientos son de clase media y media alta. Solo en la ciudad de Estambul se estima que estos son unos 5 millones, según el Ayuntamiento de la ciudad.

1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

El más común y generalizado de los utensilios de madera producidos en Turquía es la cuchara, empleada principalmente para cocinar, y que en algunos casos se comercializa como

adorno para las casas. Cada región tiene su propio estilo para este producto, la diferencia principal reside en los adornos decorativos y en las técnicas utilizadas en su tallado.

Existe también una producción más industrializada de este tipo de productos, con estéticas más modernas y sencillas, que son producidos en diferentes tamaños dependiendo de sus usos (cucharas de cocina, de sal, cucharas para servir especias, entre otros).

En las tiendas de decoración y hogar se pueden encontrar utensilios de cocina de todos estos tipos de productos, además de tablas para cortar, cuencos, tenedores, entre otros.

Imagen N° 3: Mujer de Anatolia pintando una cuchara de madera



Fuente: Asociación de Exportadores de Mobiliario, Papel y Productos Forestales

1.2.3 Auditoría en tiendas

Turquía es un país donde, a diferencia de los países de la Unión Europea, la pequeña distribución especializada está plantando cara a la gran distribución,

sobre todo aquellas tiendas que son capaces de acercar los productos demandados al cliente.

En una ciudad como Estambul, que representa cerca del 25% de la población total del país y donde las distancias son muy grandes, al consumidor no siempre le resulta fácil realizar las compras en las grandes superficies. En paralelo al aumento del número de centros comerciales, también tiendas pequeñas y medianas de bricolaje, tiendas de muebles y utensilios varios, bazares de barrio, y tiendas de utensilios de cocina que venden estos productos están en constante crecimiento. Para la elaboración de este informe no

se han encontrado fuentes en cuanto al número que cada uno de estos representan, aunque la tendencia es la cada vez mayor preponderancia de los centros comerciales en detrimento del resto.

En las tiendas que distribuyen utensilios de cocina (no sólo de madera sino también otros de plástico y de metal), se suele encontrar reservada una zona para los productos de madera. Estas tiendas suelen encontrarse en los barrios más populares o de clases medias.

Imagen N° 4: Tienda de la cadena Esse en Ankara



Fuente: Conexio

En las ciudades de Turquía se encuentra también el denominado “mercado japonés” (que en otros países es conocido como el bazar chino), que consiste en tiendas multiproducto que venden principalmente utensilios y adornos para el hogar, en la mayoría de los casos productos fabricados en China. En este

tipo de tiendas además de productos de metal, porcelanas y plástico, se puede encontrar con mucha asiduidad productos fabricados en maderas, aunque la proporción de estos con respecto al resto se estima en un máximo de un 5-7% sobre el total de productos similares.

Imagen N° 5: Uno de los “Mercados Japoneses” en Estambul



Fuente: Conexio

Imagen N° 6: Interiores de tienda de utensilios para el hogar en Estambul



Fuente: Conexio

1.2.4 Análisis de la competencia

En general, los precios de los utensilios de madera para cocina, están en un nivel similar, a excepción de los productos que se pueden encontrar en los “mercados japoneses”, donde se pueden conseguir productos importados de Asia en general y de China en particular.

Tomando como referencia el utensilio más comercializado, las cucharas de madera, el precio medio de una cuchara de tamaño medio (para cocinar) varía entre las 5 y 7 liras turcas. Por otro lado, los precios de las tablas de cortar alimentos, que son el producto más comercializado después de las cucharas, varía entre las 20 y 50 liras

turcas, dependiendo del tamaño, el tipo de madera, acabado, grosor y resistencia.

Se han observado precios diferentes para los productos de diseño. Por ejemplo, el precio de un cuenco de madera hecha de madera de olivo con un tamaño de 15x5,5 es de alrededor de 40 liras en una tienda de utensilios de cocina en Cevahir (uno de los centros comerciales más populares del centro de Estambul, con una rotación de productos elevada). En el mismo centro, para un recipiente similar de árbol de acacia con el mismo tamaño, el precio está en las 25 liras. Se pueden encontrar productos similares

en una tienda multiproducto de, por ejemplo, Sultanbeyli (uno de los barrios residenciales de clase media-baja) a un precio de 20 y 12 TL, respectivamente, aunque en este caso carecen de cualquier decoración y tienen un peor acabado.

Se ha observado que el precio de los productos fabricados en China puede

alcanzar hasta un 50% de precio inferior a la media, para productos con mismas prestaciones aunque de calidad inferior.

Los precios generales de importación según el Instituto de Estadísticas de Turquía se pueden encontrar en la tabla siguiente.

Tabla N° 5: Precio importación de productos de madera para cocina (USD/kg)

Años	441900109000 - Productos de árboles tropicales para productos de madera para cocina y vajilla	441900909000 - Otros árboles para productos de madera para cocina
2012	1,15	1,91
2013	1,23	2,25
2014	1,71	3,10
2015	1,33	3,26

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

1.2.5 Regiones de mayor consumo

Los utensilios de madera han estado presentes en las cocinas turcas desde que se conocen poblaciones en lo que hoy es Turquía, y se han mantenido especialmente en las zonas rurales y trasladándose en los últimos años a las grandes ciudades.

En las zonas rurales se emplean utensilios de madera fabricados de manera artesanal generalmente por artesanos de cada zona. Es difícil encontrar en estas regiones artículos producidos de forma industrial.

En cuanto a las regiones, especialmente en la región del Mar Negro, que junto con el medio este de Turquía es la zona más rural del país, es donde la demanda de estos productos es más intensa, según la Asociación de Importadores, Exportadores e Industrialistas de Productos Forestales de Turquía (aunque no dispone de datos cuantitativos regionales). A diferencia del este de Turquía, el Mar Negro (que representa una población de 8 millones de habitantes) es una zona relativamente desarrollada y con una demanda estable.

Según la misma Asociación, las poblaciones de Yomra (40 000 habitantes) en Trabzon, Şenpazar (6 000 habitantes) en Kastamonu, Taraklı (7 000 habitantes) en Bolu y en Bademli (10 000 habitantes) en la región de Konya, son de especial desarrollo tanto por demanda, pero sobre todo con zonas de producción artesanal, especialmente de cucharas para cocinar. En otras zonas como Davazlar (en la región de Kaş que cuenta con alrededor de 60 000 habitantes), en Gediz (en la región de Kütahya que tiene cerca de 260 000 habitantes) y Geyve (en la región de Sakarya que cuenta con 932 000 habitantes), en Mudurnu, Göynük, Seben y Kırırsık (en la región de Bolu que tiene 186 000 habitantes), en Bergama (102 000 habitantes), Bursa (3 millones de habitantes), Eskişehir (812 000 habitantes), Anamur (65 000 habitantes) y Silifke (en la región de Mersin que cuenta con 1,73 millones de habitantes) son otras de las regiones donde existe una demanda constante de productos de madera para cocina.



1.2.6 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Los utensilios de madera son asociados a la cocina mediterránea, a una alimentación y dieta equilibrada y una vida sana, y se considera como una alternativa saludable para la protección contra los problemas de salud provocada por la utilización de productos de teflón, muy utilizados en la vida diaria.

El consumidor turco medio es conocedor de que los productos químicos que contienen los elementos fabricados con teflón, que se va liberando con su uso, puede conducir a problemas graves de salud. Cocinar con utensilios de madera facilita la conservación de las sartenes con teflón, lo que potencia su consumo en las grandes ciudades. Por esta razón, los productos de madera para la cocina se han convertido en herramientas ampliamente usadas por los consumidores cosmopolitas. Estos hábitos se han extendido también a los restaurantes, no solo en las cocinas sino también en la presentación de los platos (donde se utilizan tablas de madera), así como en los acompañamientos donde es común el uso de boles y cuencos de madera.

Aunque este tipo de productos es demandado por todos los estratos de la población (aunque con diferentes calidades de producto) en las grandes ciudades el perfil típico del demandante y consumidor de utensilios de madera de alta calidad es un ciudadano mayor de 35 años, de clase media o media alta, que vive en barrios en los alrededores del centro o en zonas con alta densidad de población y donde las tiendas de barrio y especializadas están muy implantadas.

Es de destacar también la cantidad de programas de televisión turca en los horarios de mañana (en la franja horaria en la que las amas de casa están viendo la televisión) que están haciendo especial énfasis en la comida sana y todo lo que esto debe conllevar. Este interés va en aumento y potencia la cada vez mayor disponibilidad de estos productos en tiendas más generalistas, lo que aumenta su consumo. En el apartado 3 de este informe se hará referencia a este canal.

1.2.7 Ventaja del producto peruano y competencia

Los productos objeto de este estudio, importados desde cualquier país, deben soportar los mismos aranceles que

los productos peruanos. En este caso, es difícil competir en precio ya que el producto chino (que sigue siendo el más

demandado por su bajo costo) es el más competitivo por los bajos costos de mano de obra.

El producto chino es buscado en pequeñas tiendas especializadas en producto de bajo costo y de origen asiático. El perfil del consumidor que acude a estos establecimientos es, en general, de clase media baja, que no percibe diferencia de calidades o no puede pagar la diferencia y que en principio tiene un interés menor para los productores peruanos.

La percepción de los productos con origen en Sudamérica es buena en Turquía, por lo que el producto peruano debe potenciar el “hecho en Perú”. La disponibilidad en las tiendas de los clientes objetivo, los de mayor poder adquisitivo y preocupados por su salud, será otro punto importante a desarrollar, para lo cual se recomienda entrar en contacto con distribuidores

que principalmente vendan productos al segmento alto. Este consumidor sí sabe apreciar la diferencia de calidad y puede y está dispuesto a pagar por ello. Este cliente espera decoraciones originales para estos productos y acabados de calidad (sin virutas ni irregularidades) por lo que el producto peruano deberá cuidar estos detalles para captar la atención del importador. En este segmento de mercado el cliente es menos sensible al precio.

En ese sentido, el productor de estos artículos y calidades debe ser capaz de poner a disposición su producción en las tiendas donde el cliente objetivo busca estos productos (tiendas especializadas en utensilios de cocina, en utensilios naturales, en tiendas de barrio o centros comerciales), lo que le permitirá competir en el mercado con los productos asiáticos, más dirigidos a clientes del segmento medio – bajo.



02

Condiciones de Acceso



2.1 Aranceles

Para todos los países, los productos con código GTIP número 441900109000 y número 441900 están exentos de aranceles. Esto incluye todos los países que

están exportando productos de madera para cocina a Turquía.

El KDV (IVA turco) para los productos con código GTIP 441900109000 es del 8%.

2.2 Requisitos específicos de los importadores - compradores

Los productos de madera para cocina se encuentran regulados dentro de la sección de productos vegetales usados en la industria de alimentos, alimentación y en contacto con alimentos y materias primas para la elaboración de productos para el consumo humano, que, con matices, sigue la misma regulación que para productos para consumo humano de origen vegetal.

El organismo competente en materia de control de salubridad es la Dirección General de Alimentación y Control (Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü), dependiendo del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Türkiye Cumhuriyeti Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı).



La documentación necesaria para la importación se debe entregar a las Direcciones Provinciales Agrícolas (il Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlükleri, DPA en adelante). En función del tipo de producto, la empresa importadora deberá dirigirse a una u otra Dirección General. La relación productos/DPA está publicada por el Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería de la República de Turquía en:

www.gkgm.gov.tr/birim/bitki_sinir/faaliyet/yeni_kontrol_belgesi_duzenleme/urun_grup_yetki_verilen_ilmudurlukleri.html.

Así como también los datos de contacto de las direcciones provinciales agrícolas, www.gkgm.gov.tr/birim/bitki_sinir/faaliyet/yeni_kontrol_belgesi_duzenleme/ith_ismem_yetki_ilmud_iletisim_bilgileri.html.

El procedimiento para la aceptación de los utensilios de madera para cocina será:

- Se realizará una pre-notificación a través de la página web de la Dirección General de Alimentación y Control, que será gestionada por la Dirección Provincial Agrícola competente (www.ggbs.gov.tr/cis/serulet/StartCISPage?PAGEURL=/FSIS/ggbs.AnaMenu.html&POPUPTITLE=AnaMenu).

Dentro de los siguientes dos días laborales, la DPA gestionará las informaciones

dadas en el pre-registro y solicitará al importador la ampliación de las informaciones (si fuera necesario), y/o comunicará la fecha en la que la documentación original relativa a la información suministrada en el pre-registro deberá ser presentada a dicho organismo. El documento de pre-notificación a adjuntar se puede encontrar en la página del Ministerio www.gkgm.gov.tr/mevzuat/yonetmelik/yonetmelik_ekleri/gida_yem_resmi_kontrol_ith_yonetmelik_ek.zip.

- En la fecha indicada, la firma importadora deberá entregar la documentación solicitada.
- La DPA realizará un análisis del producto en los laboratorios autorizados.
- Tras el análisis, y si el producto cumple la legislación vigente, la DPA entregará el documento “Uygunluk yazısı”, autorizando a la empresa importadora para la importación.

Los documentos necesarios a presentar a las autoridades competentes están basados en la legislación de 31 de diciembre de 2011, y son:

- Solicitud de importación al Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería.
- Documento de actividades (Faaliyet belgesi) de la firma importadora.

- Factura proforma de los productos a importar por vez primera, preparada por la firma exportadora a nombre de la firma importadora.
- Composición del producto, donde se debe incluir el tipo de madera empleada (Bilesen listesi).
- Documento de Cualidades del Producto (Spesifikasyon / ürünün özellikleri belgesi).
- Certificado de salubridad del producto en lo relativo a enfermedades contagiosas. Este documento deberá ser aprobado por el país exportador o por el país importador.
- Certificado de Edad (Yas Sertifikasi), que muestra el período de caducidad del producto (si lo tiene).
- Declaración Aduanera de Entrada (Gümrük Giriş Beyannamesi).

A la entrega de la documentación en la DPA, se pagará a este organismo entre 100 y 200 TL dependiendo del producto. Si hubiera que analizar muestras y dependiendo del producto, del tipo de laboratorio que deberá realizar el análisis y de los componentes del producto, el costo de dicho análisis variará entre 17 TL y 800 TL (por producto o componente) y el análisis se suele realizar en 1 o 2 días.



Los laboratorios autorizados en Estambul para el análisis de muestras de productos se pueden encontrar en:

www.istanbultarim.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=929&Itemid=406.

El tiempo de registro varía en función del producto y su composición, que, para los productos de origen vegetal, suele ser entre 7 y 15 días, tras lo cual se dará la aprobación para la importación y venta del alimento.



Aparte de lo indicado, no se ha observado ningún requisito específico por parte de los importadores en cuanto a su embalaje para el transporte. En cuanto a los requisitos legales, los importadores solicitarán

la documentación del productor necesaria para cumplir los requisitos para la importación indicados en el apartado 2.2 de este informe.

2.3 Barreras, estándares y normas

Los productos de madera y aquellos productos que utilizan como materia prima productos forestales, deben cumplir los requisitos de certificación de protección y vigilancia de la cadena (CoC-Chain of Custody) de la organización PEFC, que certifica que los productos tienen origen en bosques que están gestionados de manera sostenible desde la óptica ambiental, social y económica. Este requisito es tanto para productos importados como para producción local.

Con la Certificación de la Cadena de Custodia se verifica que la madera u otros productos forestales utilizados por la industria de transformación proceden de bosques gestionados de acuerdo a crite-

rios de sostenibilidad. Constituye la etapa posterior a la certificación de los bosques y es un procedimiento necesario para poder asegurar el uso de materias primas legales y sostenibles.

La certificación de Cadena de Custodia se basa en la norma, de aplicación mundial, "Cadena de Custodia de Productos Forestales" y ha sido desarrollada por PEFC como mecanismo de control de la trazabilidad de los productos forestales.

Este sistema de gestión pasa a través de la certificación por un organismo certificador acreditado independiente, que en Turquía es el citado PEFC y BM TRADA FSC.



03

Canales de Comercialización



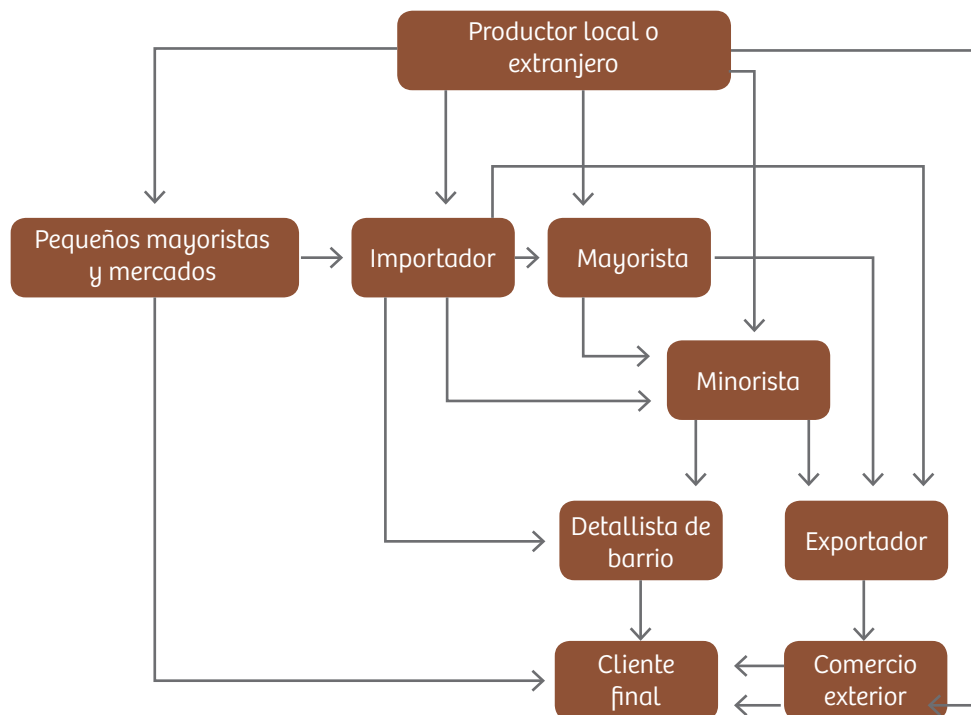
Los productos de madera para uso en cocinas suelen ser importados en cajas de madera donde son transportados hasta los centros mayoristas, que a su vez los distribuyen a los detallistas para ser vendidos individualmente. En las tiendas, lo más habitual es encontrar estos

productos para ser comprados sin ningún tipo de envoltorio o embalaje.

La estructura de canal de distribución típica para este tipo de productos se indica en el siguiente gráfico:



Gráfico N° 1:



Según la Asociación de Importadores, Exportadores e Industrialistas de Productos Forestales de Turquía, los porcentajes de participación estimados en el segundo nivel de distribución son aproximadamente de:

- Pequeños mayoristas y supermercados: 35%
- Importador: 20%
- Mayorista: 30%
- Minorista (compra directa de los productores): 15%

El rápido aumento del número de tiendas de decoración y productos de cristal y madera constituyen el canal de comercialización más importante para los productos objetos de este informe,

especialmente para aquellos productos de mayor calidad dirigidos al segmento de consumidor de mayor poder adquisitivo.

Los canales de comercialización detallista más adecuados para los productos importados desde el lejano Oriente, de menor calidad y bajo precio, son los del “mercado japonés”, tiendas que basan su negocio en el volumen de compra, más que en un mayor margen por producto.

Cabe destacar también el cada vez más importante canal de ventas por internet para estos productos. Aunque todavía no es el canal más extendido, sí se ven cada vez más productos en el catálogo de empresas de venta online. A diferencia de

otros países, las revistas en Turquía aún no ofrecen cupones de descuento y/u ofertas para la compra de estos productos.

En el caso de los artículos de cocina exportados del Perú, estos deben ser de buena calidad, preferentemente de madera de olivo y con aplicaciones de plata o plaqué. El producto debe ser diferente, con diseños modernos y competitivo en precio. El canal de comercialización más adecuado para estos productos serían las tiendas de decoración y de artículos para el hogar de gama alta que importen el producto para sus tiendas y que lo comercializan a través de sus sistemas de venta por internet.



04

Información Adicional

4.1 Datos de contacto de importadores y comercializadores

Depa Hediyeelik

Productos: Productos de cocina

Dirección: Fuat Paşa Caddesi Metin Han NoNº: 82/A Eminönü, İstanbul

Web: www.depahediyeelik.com

Cemka Mutfak Alet ve Gereçleri

Productos: Todo tipo de cristalería y productos de cocina

Dirección: Dumlupınar Mah. Dr.Erkin Cad. Kadıköy, İstanbul

Web: www.supermutfak.com

Gönül Mutfak

Productos: Productos de cocina

Dirección: İstoç Toptancılar Çarşısı 7.Ada NoNº:98 İkitelli, İstanbul

Web: www.gonulithalat.com

Çalkan İthalat

Productos: Productos de cocina

Dirección: İSTOÇ 9. Ada NoNº:153-155 Mahmutbey - Bağcılar, İstanbul

Web: www.calkanithalat.com

İnter Mutfak Eşyaları Tic. A.Ş.

Productos: Productos de cocina

Dirección: Maliye Caddesi NoNº:15 Rüya Han Kat:4 Karaköy, İstanbul

Web: www.tantitoni.com.tr

Mutfak Delisi

Productos: Productos de cocina

Dirección: 8216 Sokak NoNº:5/C 35580 Çiğli, İzmir

Web: www.mutfakdelisi.com

4.2 Oficinas / gremios en el mercado

İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği
(Asociación de Exportadores de Mobiliario, Papel y Productos Forestales)

Dirección: Çobançeşme Mevkii, Sanayi Caddesi Dış Ticaret Kompleksi, C Blok Yenibosna, 34197, İstanbul

Teléfono: +90 0212 454 05 00

E-mail: iib@iib.org.tr

Web: www.iib.org.tr/tr/birliklerimiz-agac-mamulleri-ve-orman-urunleri-ihracatcilar-birligi.html

Türkiye Orman Ürünleri İhracatçıları, İthalatçıları ve Sanayicileri Derneği
(Asociación de Importadores, Exportadores e Industrialistas de Productos Forestales de Turquía)

Dirección: Dilovası Organize Sanayi Bölgesi 4.Kısım Sakarya Cad. Nº:20 Gebze, Kocaeli

Email: torid@torid.org.tr

Web: www.torid.org.tr

Züccaciyeciler Derneği (Asociación de Productores de diferentes productos, incluyendo productos de madera)

Dirección: Kemankeş Kara Mustafa Paşa Mahallesi Necatibey Caddesi Nº:66 Alarko İş Merkezi Kat:4 Karaköy – Beyoğlu, İstanbul

Teléfono: 00 90 212 243 62 00

E-mail: info@zucder.org.tr

Web: www.zucder.org.tr



4.3 Ferias comerciales

Las ferias más importantes del sector de muebles y productos de bosque celebradas en Turquía, con representación de productos para cocina de madera son:

- Intermob - 22 a 26 de Septiembre 2016 - www.intermobistanbul.com
- Zuchex – 22 a 26 de Septiembre 2016 - www.zuchex.com
- Ideal Homex - 30 de Abril a 1 de Mayo 2016 - www.idealhomefuari.com

4.4 Links de Interés

Ministerio de Aguas y Recursos Forestales

Dirección: Beştepe Mahallesi Alparslan Türkeş Caddesi N°: 71–Yenimahalle, Ankara

Teléfono: +90 312 207 50 00

Web: www.ormansu.gov.tr

Dirección General de Bosques

Dirección: Beştepe Mahallesi Söğütözü Caddesi N°:8/1 06560–Yenimahalle, Ankara

Teléfono: +90 312 296 40 00

Web: www.ogm.gov.tr

Ministerio de Economía

Dirección: İnönü Bulvarı No:36, 06520 Emek/Ankara, Türkiye

Teléfono: 0 (312) 204 83 46 - 0 (312) 204 66 28

Web: www.ekonomi.gov.tr



05

Bibliografía

- Ministerio de Aguas y Recursos Forestales
www.ormansu.gov.tr
- Orta Doğu Kalkınma Ajansı (Agencia de Desarrollo de Centro Oriental)
www.oran.org.tr
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (Unión de Cámaras y Bolsas de Turquía)
www.tobb.org.tr
- Akdeniz İhracatçı Birlikleri (Asociaciones de Exportadores del Mediterráneo)
www.akib.org.tr
- Türkiye İş Bankası – KOBİ (Banco İş – Pequeña y mediana empresa)
www.istekobi.com.tr/sektorler
- İzmir Ticaret Odası (Cámara de Comercio de İzmir)
www.izto.org.tr/tr
- İstanbul İhracatçı Birlikleri (Asociaciones de Exportadores de Estambul)
www.iib.org.tr/tr
- İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği (Asociación de Exportadores de Mobiliario, Papel y Productos Forestales)
www.iib.org.tr/tr/birliklerimiz-agac-mamulleri-ve-orman-urunleri-ihracatcilari-birligi.html



