

Perfil de **Ropa para Niños y Bebés** del mercado de Turquía



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Mercado - Descripción del sector	6
1.1 Tamaño de mercado	8
1.1.1 Producción local	9
1.1.2 Exportaciones	10
1.1.3 Importaciones	16
1.1.4 Importaciones desde el Perú	21
1.2 Características generales	22
1.2.1 Usos y formas de consumo	22
1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación.	24
1.2.3 Auditoría en tiendas	25
1.2.4 Análisis de la competencia	27
1.2.5 Regiones o sectores de mayor consumo	30
1.2.6 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	31
1.2.7 Ventaja del producto peruano y competencia	32





02. Condiciones de Acceso	34
2.1 Aranceles	35
2.2 Requisitos para la importación	35
2.3 Requisitos específicos de los importadores - compradores	36
2.4 Barreras, estándares y normas	37
03. Canales de Comercialización	38
04. Información Adicional	44
4.1 Datos de contacto de importadores y comercializadores	44
4.2 Oficinas / gremios en el mercado	47
4.3 Ferias comerciales	48
4.4 Links de interés	49
05. Bibliografía	50



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



El textil es uno de los sectores más importantes de la economía turca. Representa aproximadamente el 10,8% del PIB, siendo uno de los líderes en cuota de fabricación, empleo, inversiones e indicadores macroeconómicos. Este sector tuvo una participación del 18,9% en el volumen total de las exportaciones en el año 2015.

Turquía es uno de los principales actores de la industria textil a nivel mundial. Según la Asociación Mundial del Comercio ocupa el séptimo puesto en la producción mundial de algodón y el cuarto en consumo. Es la tercera productora de algodón orgánico después de India y Siria. La confección turca es la séptima proveedora del mundo y la segunda proveedora más importante de la Unión Europea. Tiene una cuota del

4,2% en las exportaciones de prendas de vestir de punto y ocupa el quinto puesto entre los países exportadores. En cuanto a la exportación de prendas en general, Turquía posee una cuota del 2,7% y ocupa el noveno puesto en el ranking mundial.

La capacidad instalada de producción de tejidos en Turquía se estima en 1 350 000 toneladas, mientras que la de los productos de punto es de alrededor de 2 250 000 toneladas. En los últimos años, medias, leotardos, calcetines y demás artículos de calcetería son los productos que muestran un crecimiento más rápido en cuanto a volumen de producción.

Hay más de 43 000 empresas textiles y de prendas de vestir en Turquía con una fuerza laboral estimada de 750 000 empleados.



El centro del sector se encuentra en Estambul y Bursa, el resto se ubica en Izmir, Denizli, Gaziantep y Kayseri.

Las confecciones de ropa de bebé y niños entre 0 y 12 años están entre los sectores con mayor crecimiento en el mercado turco. La población turca es muy joven y

con el mayor crecimiento de la OCDE, lo que coloca este sector en los de mayor proyección en los próximos años. Los países con mayor volumen de exportación en 2015 fueron España, Alemania y Reino Unido, seguidos por Francia, Italia, Países Bajos, Bélgica, Rusia, Suecia, Dinamarca, entre otros.

1.1 Tamaño de mercado

Turquía es el país de la OCDE que más crece, a tasas anuales del 1,29%, con una población muy joven. La distribución de la población menor de 18 años (casi 23 millones) es como sigue:

- 27,30% de entre 0-4 años de edad: 6 279 millones
- 27,10% 5-9 años de edad: 6 233 millones

- 28,60% 10-14 años de edad: 6 578 millones
- 16,90% 15-17 años de edad: 3 887 millones

Mientras que en Europa el 19% de la población son los niños de entre 0-16 años de edad, en Turquía es de casi el 30%.



En Turquía, según el Ministerio de la Familia, alrededor de 1 250 000 bebés nacen cada año, lo que equivale a 160 bebés por hora. El número de hogares con al menos un hijo es del 54,2% sobre el total de hogares. Cada familia en Turquía tiene un gasto promedio mensual por bebé de hasta 2 años de edad de USD 60-70, es decir un gasto anual de USD 720-840.

El mercado turco de la puericultura está en desarrollo hacia otros tipos de productos ya que los padres, a la par

que aumenta el nivel de vida de la clase media, van aumentando su conocimiento, conciencia y demanda de productos y servicios nuevos para ayudar en el mejor desarrollo de sus bebés. Dado que el gasto medio por bebé está muy por debajo de la media europea y hay un continuo crecimiento de la demanda interna, el sector de la puericultura en general y de la ropa para bebés y niños en particular, tiene un potencial muy alto de crecimiento para atraer a empresas nacionales y extranjeras a este mercado.

1.1.1 Producción local

El sector textil turco es el primero que se desarrolló industrialmente, ya en la época otomana. Según la Organización Mundial del Comercio (OMA), Turquía es el séptimo proveedor más grande del mundo y segundo dentro de los países de la Unión Europea en prendas de vestir. También es el quinto mayor productor mundial de algodón, la materia prima más utilizada en la ropa para niños y bebés.

Turquía también utiliza las últimas tecnologías y los estándares más altos de calidad en la producción de algodón orgánico, diseña sus propios productos y cuenta con una mano de obra altamente calificada, lo que desempeña un papel importante en sus capacidades de desarrollo.

Además, y a diferencia de los grandes competidores textiles de Asia, los productores de prendas de vestir en general y de ropa para bebés y niños en particular, cuentan con mayor flexibilidad en cuanto al número de unidades por serie y tiempos de producción, ya que gracias a sus instalaciones de producción flexibles se puede responder rápidamente a las demandas de los clientes.

En los últimos años se ha hecho más popular la utilización de algodón orgánico para la producción de la ropa de bebés, aumentando así el valor añadido de estas prendas para clientes que se preocupan por todos los aspectos de la salud de sus bebés.



En comparación con otros subsectores textiles, el de producción de ropa para niños y bebés tiene un crecimiento de entre tres y cinco veces más rápido, aumentando cada vez más su peso en el sector y en la economía turca.

1.1.2 Exportaciones

Las exportaciones de ropa de bebé y niño en Turquía en los últimos quince años han ido aumentando paulatinamente, desde los USD 81 millones en el año 2000 a los casi USD 124 millones del año 2015. En ese período los niveles de exportación vivieron altibajos, los más significativos los sufridos en el año 2006 y sobre todo en el año 2009, influenciados por la crisis mundial como recoge la gráfica N° 1, año en el que apenas alcanzó el techo de los USD 100 millones y una disminución del 27% respecto al año anterior, pero ya en el 2010 se observa la recuperación con un incremento del 16,7% llegando casi a los USD 120 millones. En el año 2011, alcanzó el máximo de exportaciones en la serie histórica, con USD 142 millones.

La mayor parte de los fabricantes de prendas para niños y bebés se sitúan en Bursa, Estambul, Izmir y Denizli. El 80% de la producción se lleva a cabo en Bursa.

En el período 2012-2015 las exportaciones de Turquía han seguido una evolución similar, iniciando el período con una caída de un 25% en las ventas, debido a un repunte en la crisis mundial vivida ese año, especialmente en Europa, uno de los mercados naturales del producto turco. Tras esa caída, en los años siguientes las exportaciones han vuelto a superar los USD 120 millones, desde donde el sector espera seguir creciendo de manera estable centrando sus nuevas producciones en mayor calidad y marca.



Tabla N° 1: Exportación desde Turquía de ropa para niños y bebés (2012-2015)

Año	Cantidad (kg)	Valor (USD)	Incremento anual en USD
2012	5 391 205	104 249 338	N/S*
2013	4 500 140	123 154 049	18,13%
2014	5 976 391	124 273 610	0,91%
2015	7 026 605	123 832 369	-0,36%

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

*N/S: No se especifica

Los países de exportación de los productos turcos son los mercados naturales de Turquía, esto es, la Unión Europea, ex repúblicas soviéticas y en menor medida países del norte de África.

Uno de los países que siempre ha estado entre los primeros en cuanto a recepción de producto turco es Alemania, entre el 18-22% sobre el total. El efecto de la crisis económica mundial llevó a que las exportaciones a este país se redujeran en un 19,4 % del año 2008 en el año 2009, mientras que en el año 2010 aumento

un 13% para llegar al año 2011 con un aumento del 20,3%. En los siguientes años ha ido ocupando siempre la primera o segunda posición de exportación, hasta llegar al año 2015 con un valor total de exportación de más de USD 16 millones.

Otro de los países entre los de mayor recepción es Inglaterra, aunque ha seguido una tendencia a la baja desde el año 2008 hasta el año 2015 de cuota sobre el total.

Otro país que ha ido perdiendo importancia en detrimento de otros es Francia, que pasó



de los más de USD 7 millones importados desde Turquía en el año 2012, hasta los USD 5,6 millones en el año 2015.

En el año 2015 España se convirtió en el mayor receptor de vestidos para bebés y niños, que ha pasado de los USD 15,7

millones en el año 2012 a los más de USD 18 millones en el año 2015.

Otros países con gran importancia son Italia, Holanda y Bélgica en la Unión Europea, Rusia, Kirguistán, Irak, Kazajstán, Ucrania, Bosnia y Herzegovina y Libia.

Tabla N° 2: Países a los que exporta Turquía el año 2012

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Alemania	556 831	17 123 526
España	491 574	15 760 808
Inglaterra	40 968	12 065 359
Francia	265 051	7 318 943
Dinamarca	127 587	4 736 530
Italia	99 296	4 721 309
Grecia	278 768	4 123 136
Rusia	189 927	4 070 483
Bélgica	123	3 826 469
Holanda	75 933	3 457 124

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

Tabla N° 3: Países a los que exporta Turquía el año 2013

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Alemania	659 153	22 137 533
España	450 128	15 216 756
Inglaterra	326 177	11208 173
Francia	286 983	8 762 295
Italia	135 718	5 705 912
Grecia	198 557	5 619 532
Kirguizistán	187 377	4 903 243
Irak	426 705	4 489 122
Suecia	114 307	4 484 666
Rusia	154 322	4 218 667

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía



Tabla N° 4: Países a los que exporta Turquía al año 2014

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Alemania	611 862	17 262 171
Inglaterra	376 087	13 611 482
Francia	254 285	7 994 049
Grecia	267 755	6 901 339
Italia	109 406	4 991 014
Irak	66 956	4 136 273
Bélgica	123 442	3 823 179
Libia	382 998	3 706 992
Holanda	120 521	3 698 883
Rusia	140 729	3 371 835

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

Tabla N° 5: Países a los que exporta Turquía al año 2015

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
España	653 942	18 563 728
Alemania	664 912	16 061 965
Inglaterra	376 469	12 807 217
Libia	973 028	7 612 910
Francia	230 178	5 600 494
Ucrania	333 941	5 320 992
Irak	1 015 981	4 966 042
Grecia	224 977	4 396 482
Italia	125 784	4 030 455
Holanda	118 031	3 479 025

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía



Mientras que China es el mayor exportador mundial de ropa de bebé (con una cuota del 39,6%), y es seguido por Hong Kong

(8,1%), Bangladesh (7,1%), India(6,4%) y Francia (4%), Turquía representa el 1,5% de las exportaciones mundiales.

1.1.3 Importaciones

Las importaciones de ropa infantil turcas han estado en constante aumento en el período 2000-2011. En el último período de esa etapa los aumentos fueron del 5,8% y USD 32,7 millones de USD en el año 2009, un incremento del 26,5% y USD 41 millones en el año 2010 y un incremento del 29,6% y USD 53,6 millones en el año 2011.

Para el período 2012-2015, las importaciones de estas prendas sufrieron una caída más que considerable hasta los casi USD 30 millones, debido fundamentalmente al repunte de la crisis económica. A partir de ese año las importaciones se volvieron a recuperar hasta sobrepasar los USD 44 millones de importaciones en el año 2015.

Tabla N° 6: Importación de Turquía de ropa para niños y bebés (2012-2015)

Año	Cantidad (kg)	Valor (USD)	Incremento anual en USD)
2012	830 367	29 831 677	N/S*
2013	1 150 129	41 023 862	37,52%
2014	1 151 623	44 953 887	9,58%
2015	1 171 911	44 264 714	-1,53%

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

*N/S: No se especifica

Las importaciones de ropa infantil se han realizado históricamente de cinco países: Bangladesh, India, China, Sri Lanka y Egipto. Sólo estos cinco países suponen más del 80% del producto importado anualmente. Este producto es fundamentalmente de baja calidad dirigido a los estratos de menor poder adquisitivo de los consumidores turcos.

Desde el año 2013 Bangladesh ha ocupado ininterrumpidamente el primer puesto como país exportador a Turquía. Este país, y muchos otros asiáticos donde el sector textil representa un porcentaje muy importante del total de sus exportaciones, se ven beneficiados por las ayudas estatales de sus respectivos gobiernos para exportar sus productos, entre otras, facilidades de crédito a la exportación.

Tabla N° 7: Países de los que importa Turquía en el año 2012

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
China	244 823	9 004 201
Bangladesh	247 015	7 309 667
India	173 849	5 770 721
Sri Lanka	45 284	1 989 795
Egipto	40 358	1 817 484
España	10 484	528 272
Inglaterra	9 268	304 024
Portugal	5 370	290 231
Tailandia	3 841	268 572
Malasia	3 571	251 259

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía



Tabla N° 8: Países de los que importa Turquía en el año 2013

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Bangladesh	510 421	16 814 907
China	237 798	8 829 056
India	160 110	5 307 923
Egipto	50 023	1 952 639
Sri Lanka	51 193	1 793 219
Camboya	20 877	802 048
Portugal	11 056	592 936
Indonesia	11 027	557 93
Vietnam	12 616	510 279
Eslouaquia	9 944	403 065

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

Tabla N° 9: Países de los que importa Turquía en el año 2014

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Bangladesh	540 632	19 308 225
China	190 598	7 822 031
India	164 568	6 040 744
Egipto	76 434	3 138 640
Sri Lanka	54 059	2 416 160
Camboya	24 746	993 185
Inglaterra	6 254	695 253
Portugal	11 438	578 677
España	9 664	559 900
Eslovaquia	8 285	518 237

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía



Tabla N°10: Países de los que importa Turquía en el año2015

País	Cantidad (kg)	Valor (USD)
Bangladesh	556 223	19 942 384
China	208 095	8 412 671
India	171 218	6 202 749
Sri Lanka	44 766	1 778 443
Egipto	36 999	1 622 709
Camboya	44 129	1 530 016
Portugal	14 171	631 829
Indonesia	13 490	541 216
España	9 134	451 518
Paquistán	13 266	445 287

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

En los últimos años la ropa para niño y bebé ha sido fundamentalmente de algodón, alcanzando en el año 2015 casi el 75% sobre el total de importaciones. Del total de importaciones mundiales, el 69,2% es ropa de punto y el 30,8 % de ropa no tejido.

Según la OMA, los mayores importadores del mundo de prendas para bebés y niños son Estados Unidos (27%), Francia (8,2%), Reino Unido (8,1%), Hong Kong (6,5%), Alemania (5,4%) e Italia (5,3%). Turquía representa menos del 1% sobre el total.

1.1.4 Importaciones desde el Perú

Las importaciones de ropa para bebés y niños desde Perú han mantenido un nivel constante en los últimos años, y alcanzaron en el año 2014 los USD 222 687, sin un cambio considerable comparado

con los años precedentes. Estas cantidades suponen un porcentaje muy pequeño con respecto al total de las importaciones de este tipo de productos en Turquía.

Tabla N°11: Exportación de Perú a Turquía de ropa para niños y bebés.

Años	2012	2013	2014
Cantidad (USD)	231 143 00	222 592 00	222 687 00
Variación		-3,70%	0,04%

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía



1.2 Características generales

1.2.1 Usos y formas de consumo

La tasa de nacimientos de Turquía combinada con las diferentes clases sociales y sus respectivos poderes adquisitivos, hace que el mercado turco esté considerablemente segmentado.

El grupo social de clase baja pretende satisfacer las necesidades básicas que cubren las prendas de vestir como

proteger del frío. Por su parte, la clase media, con ambos padres trabajando por la incorporación de la mujer al mercado laboral y con un poder adquisitivo superior, demanda productos que aparte de cubrir las necesidades básicas les aporte otro valor, como diseño y estética. Este grupo está dispuesto a pagar precios más altos.

Imagen N° 1: Conjunto de prendas fabricadas en Turquía, para niña y niño menores de 1 año



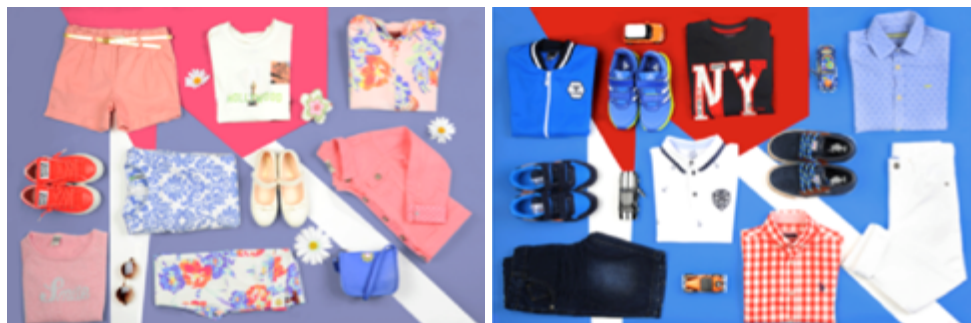
Por lo general, el producto más demandado para el grupo de edad de entre 0-1 años es el overall de bebé, seguido por los protectores para pies

y manos, gorros y delantales. Para el grupo de 1-3 años de edad los productos más demandados son los conjuntos de dos piezas.

Para el grupo de 3-11 años se prefieren motivos de flores y tonos suaves para ropa de niñas, y pantalones y diseño rígido para ropa de niños. Tanto para

bebés como para niños, se prefieren prendas de algodón. En cuanto al color, los colores clásicos azul y rosa son los más demandados.

Imagen N° 2: Prendas de vestir fabricadas en Turquía, 7-12 años, niña y niño



Respecto a los lugares de compra donde los turcos suelen adquirir estos productos, los más habituales son las tiendas especializadas en zonas comerciales (calles comerciales o centros comerciales), que venden productos multimarca. Entre las tiendas más populares están E-Bebek (www.ebebek.com.tr), B&G (www.bgstore.com.tr), Mother Care (www.mothercare.com.tr), la que tiene una mayor red de tiendas en todo el país), www.pandacocuk.com, y www.soobe.com.tr.

En las tiendas de ropa no especializadas en ropa para bebés y niños estas prendas

se suelen encontrar en departamentos independientes para menores de edad. En estas tiendas, el 70% de las ventas lo componen la ropa y los zapatos, siendo el resto complementos y otros útiles (carritos, juegos, biberones, ropa de cama).

Hay que tener muy en cuenta que cada vez adquiere más importancia la compra de prendas de vestir para niños y bebés a través de internet. Las empresas anteriormente indicadas, en mayor o menor medida tienen también su tienda en internet, ya que la clase media turca está muy abierta a realizar compras a través de esta.

1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación.

Las colecciones de ropa para niños (hasta 12 años) y bebés se dividen generalmente en 3 categorías diferentes, el de recién nacidos de 0-18 meses, el de 18 meses a 4 años, y el grupo que en Turquía se denomina 'kids', que cubre el rango de 4-12 años.

Los productos generalmente están fabricados con fibras naturales, utilizando fundamentalmente algodón y lino, y cuentan con protección ultravioleta. También se ha hecho muy popular en los últimos años la ropa hecha con tejidos orgánicos. Solamente los productos de inferior calidad, que se dirigen a los clientes de menor poder adquisitivo, son fabricados con fibras sintéticas.

En cuanto a los estilos, en general los productos vendidos en las tiendas turcas tienen un gusto semejante al de los consumidores en países europeos: colores vivos y diferenciados para niño y niña, estilos modernos, diseños atrevidos y prendas cómodas.

Los productos vendidos en el mercado turco más demandados suelen ser conjuntos de varias piezas (pantalón y camisa), conjunto de bebés, etc. O incluso la misma prenda y modelo pero de diferentes colores vendida en varias unidades conjuntamente.



1.2.3 Auditoría en tiendas

Se pueden encontrar tiendas distribuidoras especializadas en prendas de vestir para bebés y niños en prácticamente la totalidad de centros comerciales de Turquía. También muchas tiendas de prendas de vestir cuentan con departamentos, córners y espacios para este tipo de prendas. En estas tiendas las prendas se presentan en diferentes espacios divididos según grupos de edad, sexo y/o marca.

Habitualmente en las tiendas de ropa generalista, la ropa de bebé se vende junto con productos complementarios (biberones, termómetros, termos) y cerca del departamento de ropa de mujer y de maternidad. Para la colocación de las prendas se tiene en cuenta la complementariedad de los productos, por ejemplo, se colocan los pantalones cerca de las camisas que hagan juego.

Imagen N° 3: Ropa de bebé en gran cadena de distribución de prendas de vestir



Las empresas turcas fabricantes de prendas de vestir para niños y bebés tienen gran aceptación entre los consumidores turcos, pero en muchos casos fabrican bajo la marca de una empresa extranjera que subcontrata la producción localmente. Este hecho se produce no solo en prendas

de vestir para menores de edad, sino que es trasladable al textil en general.

Se observa también en las tiendas la colocación de las prendas por colores: las prendas de colores cálidos conjuntamente, las de colores más fríos aparte.

Imagen N° 4: Departamento de ropa para bebés y niños en gran cadena



Imagen N° 5: Departamento de ropa para bebés y niños en gran cadena de distribución



1.2.4 Análisis de la competencia

Tradicionalmente en Turquía las familias con varios hijos se prestaban la ropa de los niños. Aunque esto sigue siendo así, el aumento del poder adquisitivo de los turcos y la importancia que está adquiriendo la moda también para los más pequeños hace que la demanda de los productos de puericultura en general y de ropa en particular, sean cada vez más demandados, lo cual también ha llevado a que la oferta de marcas y productos sea cada vez mayor, en un mercado que de por sí ya supone unos




crecimientos anuales muy por encima de los países de la zona, principalmente el mercado europeo, donde se enfrentan además a la baja natalidad y a la necesidad de las empresas del sector a salir a otros mercados.

Para el análisis de precios se han tenido en cuenta algunos de los productos más consumidos en Turquía, esto es, bodys, monos, pantalones, camisas y conjuntos. Los precios observados en tienda son los siguientes:



Tabla N°12:

Producto	Tienda	Marca	Precio (TL)	Foto
Body	Ebebek	Fisher Price	9,99	
Mono	Ebebek	Fisher Price	29,9	
Mono	Ebebek	For my baby	24,9	
Pantalón	Ebebek	Baby Corner	19,9	

Producto	Tienda	Marca	Precio (TL)	Foto
Vestido	Ebebek	Losan	69,9	
Camisa niño	Panda Cocuk	Panda Cocuk	29,95	
Conjunto camisa pantalón	Mother Care	Mother Care	59,95	

En el mercado se pueden encontrar prendas fabricadas en países asiáticos como China o Bangladesh en casi cualquier tienda de ropa de Turquía, ya que también las grandes marcas están fabricando en esos países.

En cuanto a la producción local, aunque

en general las marcas turcas están dirigidas a los estratos medio-bajos de la población, las empresas turcas están cada vez más centradas en desarrollar marca asociada a calidad. Marcas turcas como Lady and Lord, LiaLea, Polin Bebe y Porca Bebe están cada vez más presentes en las mejores tiendas de Turquía.

1.2.5 Regiones o sectores de mayor consumo

El consumo de ropa para bebés y niños está generalizado en todas las regiones de Turquía. Sin embargo, en estas hay diferencias considerables en cuanto a cantidades consumidas en función de las tasas de natalidad (más altas en el este de Turquía) y el poder adquisitivo medio (más alto en el oeste de Turquía).

En el año 2014, según las últimas cifras disponibles del Ministerio de la Familia y Política Social, nacieron en Turquía 1 337 504 niños de los cuales 687 255, el 51,38%, fueron varones y 650 249, el 48,61%, mujeres. En el año 2014 nacieron 54 442 niños más que en el año 2013, es decir un 4,24% de nacimientos más que el año anterior.

La tasa de natalidad en Turquía (número de nacimientos por cada mil habitantes en un año) fue en el año 2014 del 17,30% y el índice de Fecundidad (número medio de hijos por mujer) de 2,17. Esta cifra asegura que la pirámide de población de Turquía

se mantenga estable, ya que para ello es necesario que cada mujer tenga al menos 2,1 hijos de media (fecundidad de reemplazo).

Sin embargo, existen diferencias considerables entre las diferentes regiones. Mientras que el número de hijos promedio en el este y medio este de Turquía es de 2,53/madre, en el oeste este promedio baja hasta los 1,81. Es en estas últimas regiones donde el poder adquisitivo es mayor, así como el consumo de prendas de vestir por hijo. Mientras que el gasto medio por niño en el oeste de Turquía supera los USD 1 000 por año, en el este de Turquía cae por debajo de los USD 200 al año y se demandan productos para cubrir las necesidades básicas que la ropa ofrece, mientras que en el oeste de Turquía se espera valor añadido (moda, marca, calidad, estilo).

De entre las regiones del oeste de Turquía cabe destacar la Región del Mármara

y dentro de esta Estambul, como las de mayor desarrollo y renta per cápita.

Solamente Estambul tiene una población que supera los 18 millones de habitantes.

1.2.6 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Se observan en el mercado dos perfiles generales de consumidor, cuyo hecho diferenciador es el poder adquisitivo y por extensión la zona geográfica donde se encuentra.

El centro y este de Turquía, con una estructura más tradicional, tiene un menor consumo de producto por niño, fundamentalmente por tener un menor poder adquisitivo, lo que lleva a que los familiares compartan con más asiduidad las prendas de vestir entre sus hijos. El perfil de consumidor en estas regiones se enmarca dentro de una unidad familiar compuesta por padres, abuelos y 3 hijos menores, con un poder adquisitivo medio-bajo (que ronda los 12 000 TL / anuales), y que fundamentalmente busca prendas funcionales, sin darle gran importancia al diseño, marca o incluso a los tejidos. Este grupo de consumidores busca las prendas de vestir en las tiendas de barrio, mercados callejeros o grandes almacenes de descuento, siempre buscando los mejores precios. Este grupo de consumidores está más concentrado en las ciudades pequeñas y en el medio rural.

En cuanto al grupo de ingresos medio-alto, está formado generalmente por un núcleo familiar de madre y padre y hasta dos hijos, con unos ingresos superiores a los 50 000 TL / anuales, y que buscan además de funcionalidad y comodidad, diferenciarse de otros consumidores a través de la marca y el diseño. Este perfil de consumidor es menos sensible al precio que el anterior, y está dispuesto a pagar precios considerablemente superiores a los del grupo anterior. Este tipo de cliente busca estos productos en los grandes centros comerciales, donde se suelen encontrar las tiendas de ropa y donde también adquieren otros productos relacionados con el cuidado del bebé y complementos para niños (juguetes, biberones, carritos, entre otros). En algunas de estas tiendas también se venden productos y ropa para la pre-mamá. Este grupo de consumidores está muy concentrado en las grandes ciudades de Turquía, es decir, Estambul, Ankara, Izmir, Bursa y Antalya.

En ambos perfiles de consumidor el poder de decisión de compra lo tiene la madre de la familia que, en la medida



de lo posible, busca productos hechos de algodón, aunque en el caso de las prendas de más bajo precio no siempre es posible encontrarlo.

A diferencia de otro tipo de productos donde el consumidor turco prefiere marcas

locales, en el caso de la moda cada vez más se prefiere marcas extranjeras. Para contrarrestar, los fabricantes locales están invirtiendo cada vez más en desarrollar marcas reconocidas por parte del consumidor.

1.2.7 Ventaja del producto peruano y competencia

Los argumentos que pueden despertar el interés de distribuidores e importadores turcos por productos peruanos son fundamentalmente dos, a saber, precios bajos o imagen de marca y calidad.

En referencia a los precios, la competencia asiática en cuanto a costos de mano de obra se ve ligeramente afectada por la diferencia de aranceles con respecto a Perú. Como referencia, el arancel para productos chinos (que compiten fundamentalmente en precio) es de 9,6%, mientras que el de los productos que tienen su origen en la Unión Europea (que compiten fundamentalmente en calidad y marca) es de 12%. Al no representar los aranceles un aumento considerable en el precio final de los productos, es muy complicado competir con prendas de baja calidad y precio bajo por el empuje de los países asiáticos e incluso las repúblicas turcas, además de que Turquía cuenta con un tejido industrial textil muy importante.

Teniendo en cuenta la variable de la calidad, el consumidor no mira tanto el precio como los tejidos, diseños, prestaciones, por lo que sí es posible competir en el mercado turco para los fabricantes peruanos, si bien esto requiere invertir en imagen de país y marca para así entrar en el mercado con mayores posibilidades de éxito. Los consumidores de prendas de moda en Turquía no son tan sensibles al precio si reconocen la marca como de calidad, extranjera y diferenciada de otras marcas.

Por tanto, el producto peruano debe dirigirse al grupo de consumidores de mayor poder adquisitivo, desarrollar una imagen de estilo diferente de otras marcas extranjeras y locales, y diferenciarse también en la medida de lo posible como producto orgánico, uno de los nichos de mercado con más recorrido en los próximos años.



02

Condiciones de Acceso



2.1 Aranceles

Los aranceles para ropa de bebé y niño, con la subpartida de GTIP 6111.20.90.00.00, y con origen en Perú tienen un arancel de 0%.

El IVA para ropa de bebé y niño, con la subpartida de GTIP 6111.20.90.00.00, y con origen en Perú es de 8%.

2.2 Requisitos para la importación

Según la ley de importaciones de productos textiles 2010-01, es obligatoria la presentación del documento de registro en el sistema electrónico, no siendo necesario para las importaciones de menos de 50 kg brutos.

Los documentos necesarios a presentar a las autoridades competentes son:

- Solicitud de importación.

- Documento de actividades (Faaliyet belgesi) de la firma importadora.
- Factura de los productos a importar, preparada por la firma exportadora a nombre de la firma importadora.
- Composición del producto (Bilesen listesi).



- Documento de Cualidades del Producto (Spesifikasyon / ürünün özellikleri belgesi).
- Declaración Aduanera de Entrada (Gümrük Giriş Beyannamesi).
- Nombre del importador y dirección legal del mismo.
- Nombre del productor y dirección legal del mismo.

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).

En la etiqueta del producto deberán especificarse las siguientes informaciones:

- Nombre del producto.

- País de fabricación (origen).
- Composición del producto en idioma turco si fuera posible, o en caso contrario siguiendo las nomenclaturas aceptadas internacionalmente.
- Condiciones de uso y advertencias.

La información en las etiquetas debe ser claramente legible y permanente, no eliminable, y debe ser presentada en el idioma local, esto es, en turco.

2.3 Requisitos específicos de los importadores - compradores

Desde el punto de vista comercial, como estándares de mercado demandados por los compradores se pueden considerar los gustos habituales, es decir:

- Colores alegres.
- Diferenciación de colores entre niños y niñas.
- Marcas reconocidas que puedan competir en calidad con las ya

existentes en el mercado, o en precio con los productos asiáticos.

- Prendas funcionales.
- Alta rotación en los diseños.
- Plazos cortos de entrega.

2.4 Barreras, estándares y normas

La ley que recoge la importación de prendas textiles y prendas de vestir es la ley de importaciones de productos textiles 2010-01, según el documento publicado en el Boletín Oficial del Estado, que especifica los principios y procedimientos de registro así como los procedimientos de vigilancia. Según esta ley la relación de los productos importados deben ser comunicados a la Subsecretaría de Comercio Exterior previamente a la importación.

En caso de que la importación de producto sea inferior a 50 kg no estará sujeto al registro de las mercancías para su importación, simplemente será necesario una declaración de productos, que será en cualquier caso necesaria independientemente del origen de los productos. En el caso de más de 50 kg la presentación de la declaración deberá ser de forma electrónica.

El período de validez de los documentos de registro es de noventa días. Un certificado de registro no puede ser utilizado por más de una declaración. La aprobación de las declaraciones no exime de la obligación, en caso de ser requerido, de inspección en aduana de las mercancías.

Una vez obtenida la autorización para importar, se hará entrega al importador

del permiso de circulación, que no es transferible a terceros.

Estas normas son reevaluadas periódicamente por el Comité y Seguimiento de Prendas de Vestir, que es nombrado por la Subsecretaría de Aduanas de la República, y que determina también sus funciones y procedimientos de trabajo.

Además de lo indicado, la ley de protección del consumidor N.º 4077 prohíbe el uso de una serie de colorantes químicos considerados cancerígenos en la ropa comercializada y en la fabricación de tejidos.



03

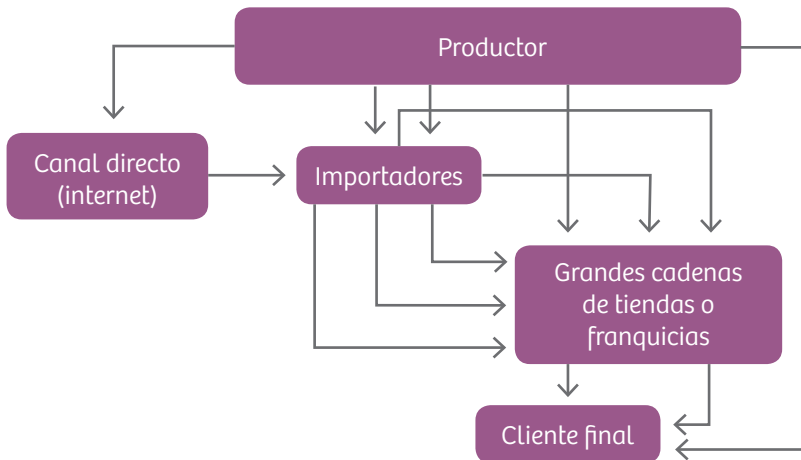
Canales de Comercialización



Los canales de distribución habituales para el sector de la ropa de bebés y niños son los siguientes:

- Importador o tienda propia.
- Corners en cadenas de tiendas.
- Franquicias.
- Ventas directa a grandes cadenas de tiendas.
- Venta directa a clientes a través de canales directos (internet).

Gráfico N° 1



Fuente: Conexio

En Turquía las tiendas independientes constituyen el principal canal de distribución de prendas de vestir en general. Sin embargo, como consecuencia del aumento de centros comerciales y de outlets en las principales ciudades, el peso relativo de las tiendas independientes se está reduciendo y se está incrementando el peso de las cadenas de tiendas especializadas que se establecen en ellos. Adicionalmente, las principales tiendas especializadas emprenden campañas de promoción que ofrecen productos de buena calidad a precios reducidos, lo que aumenta la preferencia de compra en esas tiendas. Entre las principales cadenas de tiendas especializadas en prendas de vestir con un alto componente de ropa para niños se encuentran: LC, Waikiki, Magazacilik, Hizmetleri, Koton, Magazacilik, Tekstil, Defacto y Panco. Otro importante canal de distribución de prendas de vestir son los grandes almacenes, siendo los principales Boyner y YKM.

Es recomendable entrar al mercado turco a través de un intermediario, bien sea un agente importador, un importador/distribuidor o directamente con una cadena de tiendas multimarca interesada

en comercializar una marca con potencial. Cualquiera de estos actores deberá estar introducido en el sector y deberá tener conocimiento del mercado.

Es habitual que las empresas extranjeras cuenten con “corners” en cadenas de distribución de moda antes de plantearse la apertura de tiendas propias o a través de franquicias. En cualquier caso y para las prendas de calidad alta y con el apoyo de una marca, la distribución se lleva a cabo principalmente a través de franquicias y cadenas de tiendas en los grandes centros comerciales de las ciudades importantes (Estambul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya).

Anualmente se celebra en Estambul la feria de franquicias “Bayim Olur Musun”, www.be-mydealer.com, una buena oportunidad para presentar los productos en el país y entrar en contacto con posibles franquiciados.

En los últimos años, con el aumento en la tecnología y el acceso al teléfono móvil, las compras por Internet se han vuelto frecuentes en Turquía. Este canal facilita el acceso a las marcas extranjeras, a más variedad y a productos a los que de

otra manera sería imposible acceder, al no contar con puntos de venta directa en el país. Esto además facilita llegar a un mismo cliente con productos diferentes pero complementarios, y también facilita las compras al cliente ya que sin salir

de su casa podrá comprar diferentes productos en unos pocos clics.

En cuanto a franquicias y cadenas de moda, en el siguiente cuadro se pueden encontrar algunas de las más importantes:



Tabla N° 13: Franquicias en Turquía

Empresa	Ciudad	Teléfono	Web
DEMSA GROUP	Estambul	+90 212 319 11 54	www.demsagroup.com
UNITIM	Estambul	+90 212 319 90 00	www.unitim.com.tr/
VAKKO	Estambul	+90 216 554 07 00	www.uakko.com.tr
YKM	Estambul	+90 535 665 05 37	www.ykm.com.tr
BOYNER	Estambul	+90 212 335 77 40	www.boyner.com.tr/
GAN TURKEY	Estambul	+90 212 262 00 97	www.ganturkey.com
DILASIMA	Estambul	+90 212 236 70 75	www.dilasima.com
FIBA HOLDING	Estambul	+90 216 571 00 00	www.fibaholding.com.tr
BEYMEN	Estambul	+90 212 335 65 75	www.beymen.com/

Fuente: Instituto de Estadística de Turquía

Tipo empresa	Marcas
Franquiciado textil	Harvey Nichols, Luxurybrands; Brandroom, Salvatore Ferragamo, Kurt Geiger, Longchamp, D&G, Gerard Darel.
Grupo de empresas. Franquiciado textil.	Bebe, Ralph Lauren, Accessorize.
Marca muy conocida en Turquía. Franquiciado de otras marcas.	Hartford y V2kdesigners
Cadena de tiendas.	
Cadenas de tiendas.	
Grupo de empresas. Franquiciado textil. Eren Holding.	GanTurkey
Grupo de empresas. Franquiciado textil.	Maxmara, Sportmax, Weekend, Mex&co, Marina rinaldi, Vetrina & Cesare paciotti.
Holding, franquiciador.	Marks & Spencer, GAP y Banana Republic.
En sus tiendas vende otras marcas conocidas.	Beymen



04

Información Adicional

4.1 Datos de contacto de importadores y comercializadores

Kids in rock

Productos: Ropa para niños.

Dirección: Bebek Mah. İnşirah Caddesi No: 7/A Bebek Parkı Karşısı Beşiktaş/İstanbul.

Web: www.kidsinrock.com

Royal bebé

Productos: Ropa para niños.

Dirección: Aquaflorya Aum.Şenlikköy Mh., Yeşilköy Halkalı Cad. No:93, 34153 Florya, Bakırköy, İstanbul.

Web: www.royalbebe.com

Pampina

Productos: Ropa para niños.

Dirección: M. Nesih Özmen Mah. Fatih Cad. Aksoy İş Merkezi B-Blok No:11 Kat:3 Merter, İstanbul.

Web: www.paminakids.com

Beymen

Productos: Ropa para niños, bebés y otros tipos de ropa.

Dirección: Maslak Mh. Eski Büyükdere Cad. Oyuncan Plaza, n° 15, K:8, Sisli, İstanbul.

Web: www.beymen.com

İlgaz kid

Productos: Ropa para niños y bebés.

Dirección: Gazi Bulvari n° 30/5, Aktar Ishani Konak, İzmir.

Web: www.ilgazkids.com.tr

Superkids – eren holding

Productos: Ropa para niños y bebés.

Dirección: Levağım, Barbaros Bulu. Zorlu Center No:1, 34340 Beşiktaş, İstanbul.

Web: www.erenholding.com.tr/tr/sektorler/perakende/superkids

Polin bebé

Productos: Ropa para niños y bebés.

Dirección: Halkalı Cad. Nebioğlu Sok. Kıran İş Merkezi B Blok Kat:2 Sefaköy, İstanbul.

Web: www.polinbebe.com

Saklambac çocuk giyim

Productos: Ropa para niños y bebés.

Dirección: Fethiye Cad. Sabri Ekmen sok. Sabri Ekmen İş Hanı No:13/F İzmit, Kocaeli.

Web: www.saklambaccocuk.com



Lc waikiki

Productos: Vestimenta para bebés y niños.

Dirección: Euren Mah. Gülbahar Cad. No:96 Bağcılar, 34212 İstanbul.

Web: www.corporate.lcwaikiki.com

Panço çocuk ve bebek giyim

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Şair Nigar Sk. No:14 Nişantaşı, İstanbul.

Web: www.panco.com.tr

Bücürük çocuk giyim

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Üniversite Mah. Selvi sokak, Pelican Mall AVM, Kat 1, Aucilar, İstanbul.

Web: www.newbucuruk.com

Civil bebe

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Cumhuriyet mahallesi cihan sokak no:20 Çayyroua – Kocaeli.

Web: www.civil.com.tr

Sersa ithalat

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Kitapçı Mehmet Süleyman Sk., Omerbey Apt. 4/A Bostancı-Kadıköy, İstanbul.

Web: www.sersaitthalat.com

Mundo kids

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Fulya Mahallesi Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokak No:10 34394 Şişli, İstanbul.

Web: www.mudo.com.tr

Joker

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Büyükdere Cad. Cem Plaza No.23 Kat.2 Şişli, İstanbul.

Web: www.joker.com.tr

Zeyland

Productos: Vestimenta de bebés y niños.

Dirección: Koçman Cad. No:44 Güneşli, Bağcılar, İstanbul.

Web: www.zeyland.com.tr

4.2 Oficinas / gremios en el mercado

Beksiad Bebe Çocuk Konfeksion Sektoru Sanayici ve Is Adamlari Dernegi
(Asociación de Hombre de Negocio e Industrialistas del sector de Confección de Prendas de Bebé y Niño)

Dirección: Duaçınarı Mh. Kırkpınar Cd. No:29 Kat:3 Yıldırım, Bursa.

Télefono: +90 224 361 92 00

Fax: +90 224 361 92 01

Web: www.beksiad.org

Mail: info@beksiad.org



Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (Asociación de La Industria de La Moda de Turquía)

Dirección: Mehmet Akif Cad. Mareşal Fevzi Çakmak 1. Sok., Haydar Akın İş Merkezi - 2 No:23 K:5 D:19, Şirineuler, İstanbul.

Téléfono: +90 212 639 76 56

Fax: +90 212 451 61 13

Web: www.tgsd.org.tr

Mail: tgsd@tgsd.org.tr

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu MHGF (Federación de Moda y de Prendas de Vestir)

Dirección: Turgut Reis Mah. Barbaros Cad. E1/b 124 No: 56 34237 Giyimkent-Esenler, İstanbul.

Téléfono: +90 212 438 4575-76

Fax: +90 212 438 45 07

Web: www.mhgf.org.tr

Mail: info@mhgf.org.tr

4.3 Ferias comerciales

Las ferias más importantes del sector de vestimenta para bebés y niños en Turquía son:

- CBME - Uluslarasi İstanbul Anne Bebek Çocuk Urunleri Fuari – Feria Internacional de Productos para Bebé, Niños y Madres - www.cbmeturkey.com/

- Istanbul Kids Fashion - www.istanbulkidsfashion.com
- İBS Anne Bebek Çocuk Fuarı - Feria para Bebé, Niños y Madres - www.ibsfuar.com
- Junio Show Bursa Bebek ve Çocuk Giyim Fuarı – Feria de Bursa de Ropa para Bebés, Niños y Madres - www.junioshow.com

4.4 Links de interés


Ministerio de Ciencia, Industria y Tecnología
 Dirección: Gazi Mustafa Kemal Bulvarı Tandoğan, Ankara.
 Teléfono: +90 312 201 50 00
 Web: www.sanayi.gov.tr

Ministerio de Comercio y Aduanas
 Dirección: Dumlupınar Bulvarı No: 151 Eskişehir Yolu 9. Km 06800
 Çankaya, Ankara.
 Teléfono: +90 312 449 10 00
 Web: www.gtb.gov.tr



05

Bibliografía

- Türkiye İstatistik Kurumu (Instituto de Estadísticas de Turquía)
www.tuik.gov.tr
 - BEKSIAD
www.butekom.org
 - Ministerio de Economía
www.ekonomi.gov.tr
 - Asociación de Hombre de Negocio e Industrialistas del sector de Confección de Prendas de Bebé y Niño
www.beksiad.org/
 - Empresas importadoras, exportadoras y mayoristas de productos textiles en Estambul:
www.tekstilisveren.org.tr/t/membersearch.asp
www.osmanbeyfashionguide.com/tr/d-ticaret-firmalar.html
www.firmasayfam.com/firma_listele.php?sektorid=100&altsektorid=346
www.mertertektstilfirmalari.com/content.php?pageid=26
- 

- Asociación de Exportadores de Textil de Estambul
www.itkib.org.tr/default.asp?CIDeDIS&urlID=7103&dropdownid=ithalat
- Asociación de Empleadores del Sector Textil de Turquía
www.tekstilisveren.org
- Magazine sobre el sector textil en Turquía
www.osmanbeyfashionguide.com/dergi/katalog64/Default.html?
- Asociaciones de exportadores de textil y confección de Estambul
www.itkib.org.tr
- Asociación de Fabricantes de Ropa de Turquía
www.tgsd.org
- Asociación de Fabricantes de Ropa del Mar Egeo
www.egsd.org.tr
- Asociación de Empresarios Textiles de Turquía
www.tekstilisveren.org
- Asociación de Diseñadores de Moda de Turquía
www.mtd.org.tr



- Asociación de Marcas Textiles Unidas de Turquía
www.birlesmismarkalar.org.tr
- Asociación de Marcas Registrada
www.tescillimarkalar.org.tr
- Asociación de Empresas de Prendas de Punto de Turquía
www.trisad.org
- Asociación de Fabricantes de Textiles de Osmanbey
www.otiad.org.tr
- Asociación de Exportadores de Productos Textiles de Estambul
www.itkib.org.tr/default.asp?cid=DIS



**Tiendas visitadas:**

- E-bebek, Kızıtoprak, Istanbul
www.e-bebek.com
- Mother Care, Cevahir, Istanbul
www.motherscare.com.tr
- Panda Çocuk, Caddebostan, Istanbul
www.pandacocuk.com

Fuente de las fotos:

- Fotos 1 a 3: Asociación de Fabricantes de Ropa de Turquía
- Fotos 4 y 5: CONEXIO



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

