

Specialty Foods

Exploración de la Categoría & Oportunidades Comerciales en Turquía

2017

LA
RESPUESTA
ES



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Ubicación

Puente entre Europa, Medio Oriente, Asia Central y África del Norte

95% del territorio se encuentra ubicado en Asia, **5%** en Europa.

Principales **puertos marítimos:**
Ambarli, Mersin, Izmir, Gemlik.

Fronteras terrestres con: Grecia, Bulgaria, Georgia, Armenia, Irán, Irak y Siria.

Área de **783.562 Km²**

- Igual que Chile
- 2 veces Alemania
- 3 veces Ecuador

Población: 80.274.604 (30,5 edad promedio / 99,8% población musulmana)

Principales ciudades: Estambul (14M), Ankara (5M), Izmir (2.8M).





4.5%

Crecimiento anual del PIB de 4 – 4.5% en 2016 (Proyección de la OCDE para 2017-2020: una tasa de crecimiento del PIB real anual promedio del 4.9 por ciento (OCDE).

US\$10.807

PIB per Capita. En 2016 el **PIB** fue de 857 mil millones (236 mil millones en 2002.), Sectores: Servicios (56%), Industria (23%), **Agricultura (7%)**, Impuestos/subsidios (13%), Otros (1%).

US\$142,6
mil millones

Valor de las **exportaciones** en 2016. Principales destinos: Alemania (9.8%); Reino Unido (8.2%); Iraq (5.4%); Italia (5.3%); EE. UU. (4.6%); Francia (4.2%); Emiratos Árabes Unidos (3.8%); España (3.5%); Irán (3.5%); Países Bajos (2.5%)

US\$ 198,6
mil millones

Valor de las **importaciones** en 2016. Principales orígenes: China (12.8%); Alemania (10.8%); Rusia (7.6%); EE. UU. (5.5%); Italia (5.1%); Francia (3.7%); Corea del Sur (3.2%); India (2.9%); España (2.9%); Reino Unido (2.7%)

8,5%

Inflación promedio en 2016.

25,3
millones

Cifra de **turistas** internacionales en 2016.

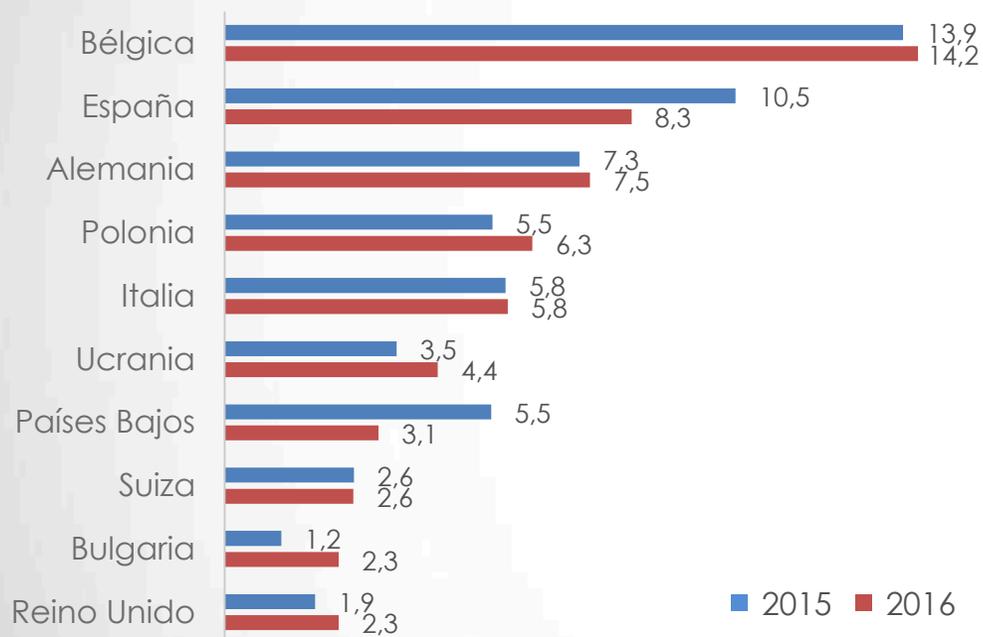


Importaciones de Turquía desde el mundo de los productos de interés

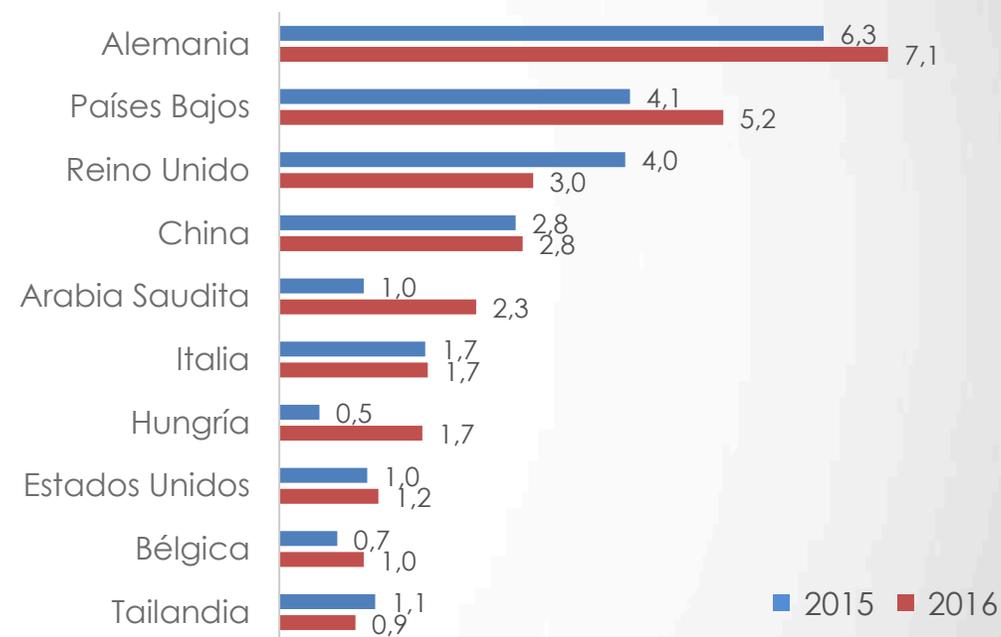


PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Principales orígenes de las importaciones de galletas, cereales y snacks de frutas en Turquía (USD millones) 2015 – 2016



Principales orígenes de las importaciones de salsas y condimentos en Turquía (USD millones) 2015 – 2016



Las **importaciones turcas de galletas, cereales y snacks de frutas** sumaron **USD 69,1 millones** en **2016**, y registraron un **crecimiento** anual compuesto de **0,5%** entre 2012 y 2016.

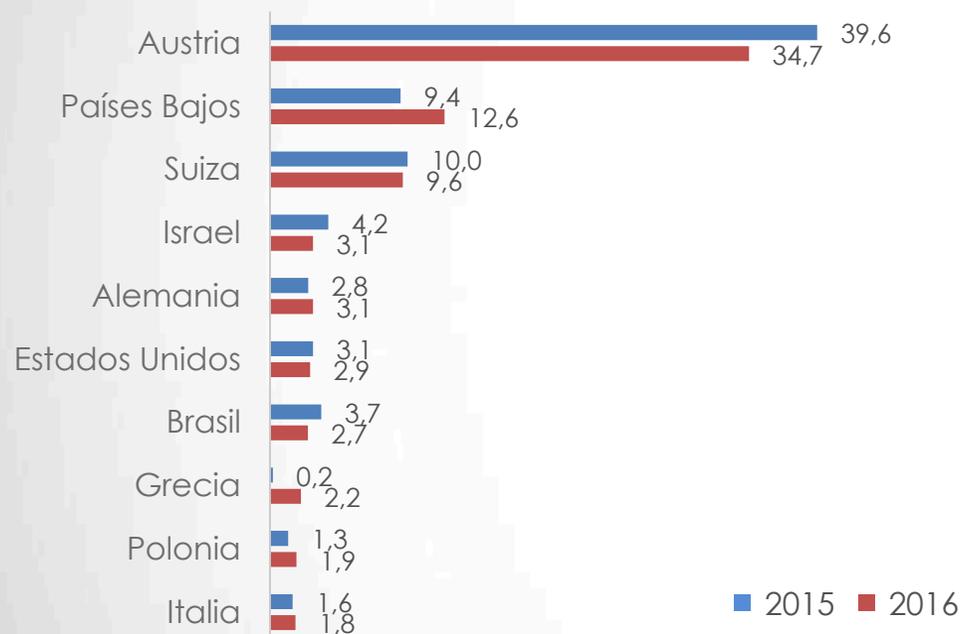
Por su parte, las **importaciones de salsas, aderezos y condimentos** totalizaron **USD 31,1 millones** durante **2016**, con un **crecimiento** compuesto anual de **10,1%** entre 2012 y 2016.

Importaciones de Turquía desde el mundo de los productos de interés

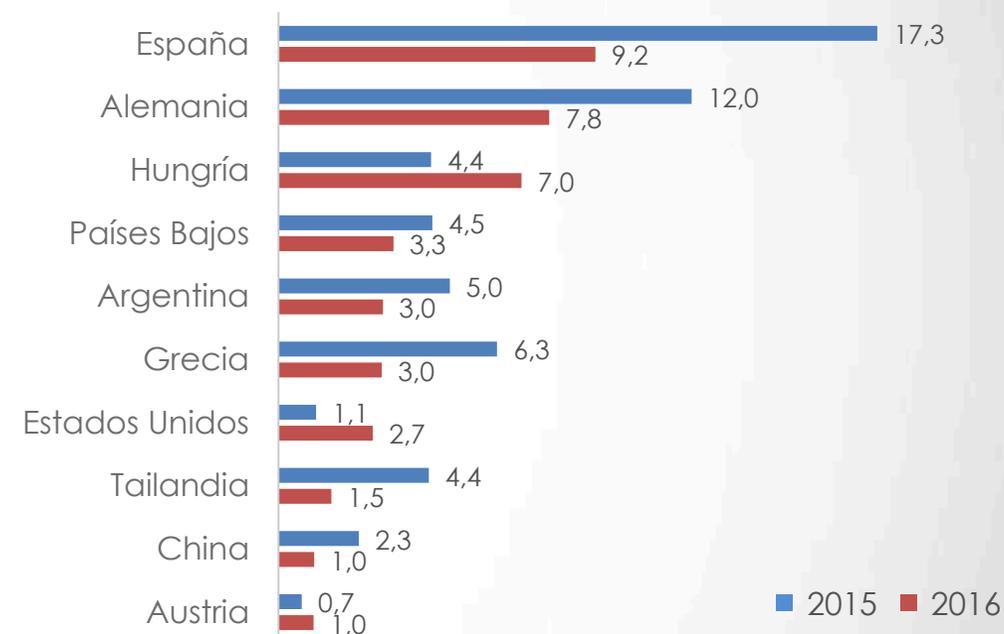


PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Principales países importadores de bebidas no alcohólicas (USD millones) 2015 – 2016



Principales países importadores de conservas y enlatados (USD millones) 2015 – 2016



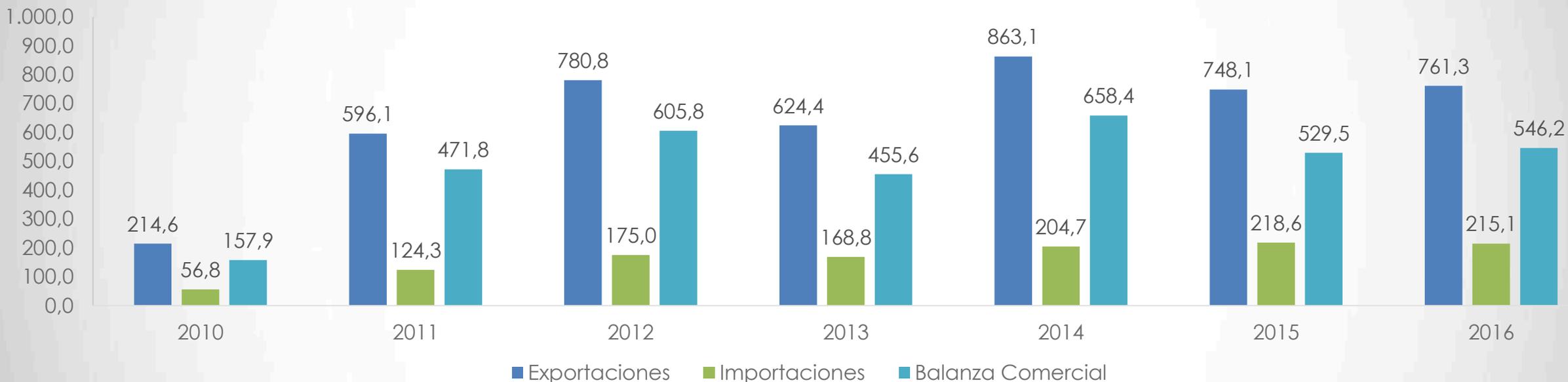
- Las **importaciones turcas de bebidas no alcohólicas** sumaron **USD 92,1 millones** en **2016**, y registraron un **crecimiento** anual compuesto de **4,9%** entre 2012 y 2016.
- Por su parte, las **importaciones de conservas y enlatados** totalizaron **USD 49,4 millones** durante **2016**, con un **crecimiento** compuesto anual de **5,3%** entre 2012 y 2016.



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

En 2016, las exportaciones colombianas hacia Turquía sumaron USD 761 millones, con un crecimiento anual del 10% entre 2010 y 2016

Balanza comercial Colombia – Turquía 2010 – 2016



Exportaciones colombianas hacia Turquía (2010 – 2017)

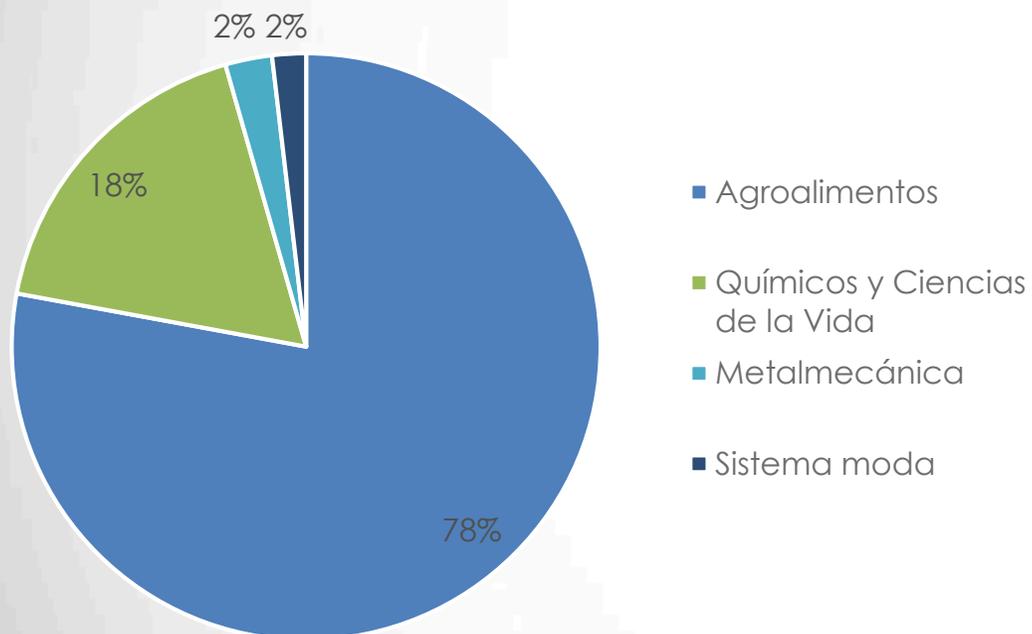
| Tipo | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2016 (ene-jul) | 2017 (ene-jul) |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Mineras | 190.376.073 | 563.039.587 | 744.631.229 | 605.507.801 | 848.303.225 | 732.548.426 | 753.241.442 | 343.672.858 | 781.755.191 |
| No mineras | 24.268.656 | 33.063.870 | 36.138.448 | 18.879.305 | 14.824.197 | 15.515.983 | 8.084.377 | 4.775.743 | 9.376.147 |
| Total | 214.644.728 | 596.103.456 | 780.769.677 | 624.387.106 | 863.127.423 | 748.064.410 | 761.325.820 | 348.448.601 | 791.131.338 |



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

El 78% de las exportaciones no mineras colombianas a Turquía corresponden al sector de agroalimentos

Exportaciones no mineras a Turquía por sector



Principales productos colombianos no mineros exportados a Turquía (2015 – 2016)

| Sector | 2015 | 2016 | Var. % 2016 / 2015 | Share % |
|---------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|---------------|
| Plástico (envases/empaques) | 162.384 | 1.264.564 | 100% ↑ | 15,6% |
| Plástico en formas primarias | 605.067 | 992.343 | 64% ↑ | 12,3% |
| Café | 881.886 | 967.959 | 10% ↑ | 12,0% |
| Los demás (agroindustrial) | 1.961.625 | 810.000 | -59% ↓ | 10,0% |
| Banano | 6.998.581 | 658.193 | -91% ↓ | 8,1% |
| Medicina | 60.096 | 593.117 | 100% ↑ | 7,3% |
| Extractos, pigmentos y pinturas | 429.139 | 534.134 | 25% ↑ | 6,6% |
| Derivados del cacao | - | 462.057 | 100% ↑ | 5,7% |
| Artículos del hogar | 3.273.195 | 382.013 | -88% ↓ | 4,7% |
| Productos de confitería | 117.264 | 225.906 | 93% ↑ | 2,8% |
| Otros | 1.026.746 | 1.194.091 | 16% ↑ | 14,8% |
| Total | 15.515.983 | 8.084.377 | -48% ↓ | 100,0% |

The image is a collage of three photographs showcasing different types of snacks. The top-left photo shows several pieces of dried mango on a wooden surface. The top-right photo shows a bowl filled with round, chocolate cookies. The bottom-left photo shows a long, rectangular snack bar with a golden-brown, textured surface, likely containing nuts and seeds, with a few small, round, golden-brown snacks scattered nearby. A semi-transparent red banner with white text is overlaid across the center of the collage.

Galletas dulces, barras de snacks y snacks de frutas

- Actualmente el mercado de galletas dulces, barras de snacks y snacks de frutas registra un constante crecimiento con ventas de **TRY 8,8 billones (USD 2.3 billones) y 656.410 toneladas**.
- Se espera que la categoría de galletas dulces, barras de snacks y snacks de frutas registren un **crecimiento anual del 3% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los TRY 10.000 millones (USD 2.6 billones) en 2022
- La búsqueda de **productos más saludables y de valor agregado** por parte de los consumidores ha llevado a los fabricantes a desarrollar nuevos productos tales como galletas ricas en fibra y una variedad más amplia de mezclas de refrigerios de frutos secos en pequeños paquetes para consumir sobre la marcha o en la escuela o el trabajo.
- Los **snacks de frutas** registraron un crecimiento del valor actual del 14% en 2016. Las frutas secas son promocionadas como **meriendas saludables** por los nutricionistas en los medios y se consideran una parte crucial de una dieta saludable. Por lo tanto, la proporción de aperitivos de frutas envasados aumenta a medida que los fabricantes reconocen esta demanda.
- Las **pequeñas tiendas independientes (bakkals) y los supermercados** son los principales canales de distribución de snacks de frutas y galletas dulces. Los distribuidores de descuento ganaron participación gracias a la presencia de productos de marca privada en cadenas como BIM y A101, que también vieron que sus números de venta aumentaron rápidamente durante los últimos años.





- Los **productos importados** son principalmente: barras de cereales (con berries, coco y/o chocolate), galletas sin edulcorantes y/o gluten, waffers, galletas con cobertura de chocolate y crackers.
- Los productos importados **proviene principalmente de Europa**.
- Las **frutas deshidratadas** se venden en el supermercado **al granel** y en **empaques de consumo individual** de 30-50 gr. Se encuentran frutas tropicales conocidas en el mercado como: papaya (TL 54,90 Kg/USD 14,30), piña (TL 54,90/USD 14,30 Kg), coco (TL 59,90/USD 15,60 Kg) y uchuva (TL 89,90/USD 23,41 Kg).
- Existen **oportunidades** para productos con ingredientes distintos a la oferta local como: **superfoods, frutas tropicales y exóticas**.



Aranceles & Condiciones de Acceso

- Los **aranceles** en esta categoría, aplicables a Colombia, oscilan entre **3%-130%**. Sin embargo, para productos de **galletería, pastelería y panadería** entre **4,5%-9%**.
- Tienen **preferencias arancelarias** los países miembros de la **UE** y aquellos que hacen parte del SGP.
- Existe un requerimiento, no taxativo, de prohibir las importaciones de productos que no presenten un certificado **No-OGM**.
- La importación de productos de consumo humano, esta sujeta a la expedición de un **certificado de conformidad** por parte del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Seguridad del producto e inspección).



| Posición | Descripción | IVA | Arancel general | Arancel Colombia |
|----------|---|-----|-----------------|------------------|
| 1905.31 | Galletas dulces (con adición de edulcorante). | 8% | 9% | 9% |
| 1905.90 | Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con cacao; hostias, sellos vacíos, pastas alimenticias precocidas, papel de arroz y productos similares. | 8% | 4,5% | 4,5% |

A top-down view of several bowls containing different types of Colombian salsas and condiments. The bowls are arranged on a rustic wooden surface. The central bowl is the largest and contains a vibrant red tomato-based sauce. Surrounding it are smaller bowls with a yellowish-white sauce, a bright yellow chunky sauce, a white creamy sauce with seeds, a dark red sauce, a green chunky sauce, a dark brown sauce, and a small bowl of red sauce with seeds. A semi-transparent red banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

Salsas, aderezos y condimentos



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

Tendencias y canales de distribución

- Actualmente el mercado de salsas, aderezos y condimentos registra un constante crecimiento con ventas en 2016 de **TRY 1.500 millones (USD 390 millones) y 180.400 toneladas**.
- Se espera que la categoría de salsas, aderezos y condimentos registren un **crecimiento anual del 4% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los TRY 1.800 millones (USD 469 millones) en 2022
- El **factor** más importante que estimuló el **crecimiento** en salsas, aderezos y condimentos en 2016 fue el **aumento de la urbanización**, lo que aumentó la demanda de ingredientes para cocinar y salsas. Como resultado, la demanda de productos en vinagre empacados, hierbas y especias, y pastas y purés de tomate aumentó en los últimos años.
- Por otro lado, productos como **salsas de pasta** y **aderezos para ensaladas** se hicieron populares como resultado del creciente interés en la cocina moderna y formas convenientes de hacer comidas prácticas sabrosas y atractivas.
- Las salsas de mesa más populares son **kétchup y mayonesa**, que representaron un 85% de ventas y registraron un crecimiento del valor del 12% en 2016. Ambos productos se comercializan en los canales minoristas y food service, como parte de la creciente cultura de la comida rápida.
- Los **supermercados y las tiendas de descuento** fueron los principales canales de distribución en 2016. Los supermercados tienen un gran espacio en los estantes para exhibir diferentes variedades de productos de todo el mundo, mientras que las tiendas de descuento se benefician de la posición líder de la tienda de descuento BIM Birlesik Magazacilik.





- Existe una amplia oferta local de salsas a base de tomate. Entre los productos importados se encuentran **salsas picantes**, **salsas étnicas** (mexicanas y asiáticas), **vinagretas cremosas** y **salsas para carnes rojas**.
- El contenido neto promedio de las salsas es de **200-500 gr**. Existen formatos hasta de **5L** en los hipermercados.
- Ubicadas en las gondolas de productos de repostería y cerca a los congeladores, se encuentran **salsas dulces** para repostería y helados. Principalmente de chocolate, fresa, mora y melocotón.
- Las **especias**, en su mayoría de compañías locales, se encuentran en grano o polvo, en contenedores plásticos o de vidrio de 60 gr y en empaques plásticos de 70 gr. Entre estas, existen **mezclas** mexicanas y **sanozadores** para carnes y pescados.



- La importación de productos de consumo humano, esta sujeta a la expedición de un **certificado de conformidad** por parte del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Seguridad del producto e inspección).
- Tienen **preferencias arancelarias** los países miembros de la UE, los que hacen parte del SGP y con quienes Turquía tiene vigente TLCs (Chile).
- El acceso de los productos de este segmento de mercado cuenta con un **arancel** exigido a los productos colombianos que oscila entre el **7,7%-10,2%**.



| Posición | Descripción | IVA | Arancel general | Arancel Colombia |
|----------|--|-----|-----------------|------------------|
| 2103.20 | Salsa de tomate. | 8% | 10,2% | 10,2% |
| 2103.90 | Otras salsas preparadas con condimentos y sazónadores mezclados harina de mostaza y mostaza preparada. | 8% | 7,7% | 7,7% |

A close-up photograph of a glass filled with a dark red, non-alcoholic beverage. The drink is garnished with fresh raspberries, a slice of lime on the rim, and a slice of lemon floating inside. The glass is placed on a wooden surface, and other similar glasses are visible in the background. A semi-transparent red banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Bebidas no alcohólicas'.

Bebidas no alcohólicas



- Actualmente el mercado de bebidas no alcohólicas registra un constante crecimiento con ventas en 2016 de **TRY 34.694 millones (USD 9 billones) y 17.208 millones de litros.**
- Se espera que la categoría de bebidas no alcohólicas registren un **crecimiento anual del 8% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los TRY 51.409 millones (USD 13 billones) en 2022
- En 2016, la mayoría de los desarrollos de **nuevos productos** dentro de las bebidas no alcohólicas se centraron en **ofrecer diferentes sabores y envases**, así como responder a la demanda de productos de **salud y bienestar**. Los ejemplos incluyen el lanzamiento de Coca-Cola Cherry por Coca-Cola İçecek dentro de carbonatos de cola regulares, la marca Dimes Sofram de Dimes Gıda San ve Ticaret, que es un producto de néctar con un 74% de contenido de fruta y sin azúcar agregada.
- Igualmente destaca el lanzamiento de tipos de **envases diferenciados**, tales como PET de agua embotellada y botellas de vidrio con imágenes de personajes de dibujos animados, dirigidos a niños.
- Debido a las dificultades económicas, políticas y de seguridad que afrontó el país en el último año, **las ventas en el canal HORECA se vieron afectadas** dada la disminución en las salidas a comer por parte de los consumidores. Este mismo factor **impulsó las ventas en el retail** (supermercados), en donde se registra un crecimiento constante del 3% en los últimos años.

Coca-Cola İçecek

DIMES
HAYATA BAŞKA BAK





- Con el fin de atender la demanda de nuevos consumidores, la oferta local se está diversificando hacia productos con **frutas diferentes a las tradicionales** como: berries, coco, mango, piña.
- Se ha ampliado recientemente la oferta de bebidas de **café RTD**. En la actualidad están presentes Nescafe, Starbucks e Illy, en envases plásticos, vidrio y metálicos de 250 ml.
- Las **bebidas a base de té** tiene una amplia presencia dentro de la categoría, dominada principalmente por marcas como Lipton, Nestea y Fuse Tea. Los sabores en los que se concentra la oferta son: limón, pera y durazno.
- Entre los **productos importados** se encuentran: bebidas a base de **agua de coco, jugos/zumos de berries y açai, té frío**.





- Los **aranceles** en esta categoría oscilan entre **9,6%-58,5%**.
- Tienen **preferencias arancelarias** los países miembros de la UE y aquellos que hacen parte del SGP. Sin embargo, excepto para las P.A. de jugos, ningún país tiene preferencias excepto Bosnia Herzegovina.
- La importación de productos de consumo humano, esta sujeta a la expedición de un **certificado de conformidad** por parte del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Seguridad del producto e inspección).



| Posición | Descripción | IVA | Arancel General | Arancel Colombia |
|----------|---|-------|-----------------|------------------|
| 20.09.41 | Jugo de pina 'anana', sin adición de alcohol | 58,5% | 58,5% | 8% |
| 22.02.99 | Otras bebidas no alcohólicas (excepto agua, los jugos de frutas o de hortalizas, leche y cerveza) | 9,6% | 9,6% | 8% |

A close-up photograph of a glass filled with a vibrant red raspberry lemonade. The drink is garnished with fresh raspberries, a slice of watermelon, and a slice of lime on the rim. In the background, another similar glass is visible, and in the foreground, there are more raspberries and lemon slices on a wooden surface. A semi-transparent red banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Conservas y enlatados' in white.

Conservas y enlatados



- Actualmente el mercado de frutas y hortalizas en conserva y preservadas registra un constante crecimiento con ventas en 2016 de **TRY 177,7 millones (USD 45,9 millones)**.
- Se espera que la categoría de conservas y enlatados registren un **crecimiento anual del 6,3% entre 2017 y 2022**, lo que le permitiría alcanzar los TRY 261,5 millones (USD 68 millones) en 2022
- El mercado de **jaleas y mermeladas** de Turquía se estima en **USD 63 millones**, con ventas por 18 mil toneladas. Las mermeladas locales tienen una amplia variedad y alta calidad. Los **sabores** más populares son **berries** (fresa, frambuesa, cereza), higo, naranja y rosa. La oferta de **sabores tropicales es limitada**.
- Los minoristas de comestibles modernos siguen siendo el canal principal para la distribución de frutas y verduras procesadas, con un 80% de participación en el valor en 2016, seguidas de pequeños almacenes independientes con un 20% de participación en el valor. Dentro de los minoristas modernos, los supermercados (48%) y las tiendas de descuento (23%) son los más destacados.





- La mayoría de productos en esta categoría son de origen turco, entre los cuales se encuentran principalmente: champiñones, arvejas, maíz dulce, corazones de alcachofas, brócoli y pimientos. Empacados en envases de vidrio y enlatados (400-600 grs retail / 5-10 Kg hipermercados). Entre los **productos importados** se encuentran: **corazones de alcachofa** y **espárragos**.
- La oferta de **mermeladas** es principalmente local y priman aquellas de futas/sabores tradicionales, producidas localmente: melocotón, naranja, fresa, cereza y rosas. Las mermeladas importadas de Europa (Francia e Italia), ofrecen **opciones distintas a la oferta local**: berries, mango y piña, son **orgánicas** y **sin** adición de **azúcar**.
- En esta categoría se encuentran también **conservas de frutas en almíbar**, en envases de vidrio y enlatadas, principalmente **duraznos, cerezas y piña**.





- Los aranceles en esta categoría, aplicables a Colombia, oscilan entre 5,1%-135,9%.
- En esta categoría el Arancel General es aplicable a todos los países excepto Bosnia Herzegovina. Los países parte del SGP tienen preferencias en algunas partidas.
- La importación de productos de consumo humano, esta sujeta a la expedición de un certificado de conformidad por parte del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería (Seguridad del producto e inspección).



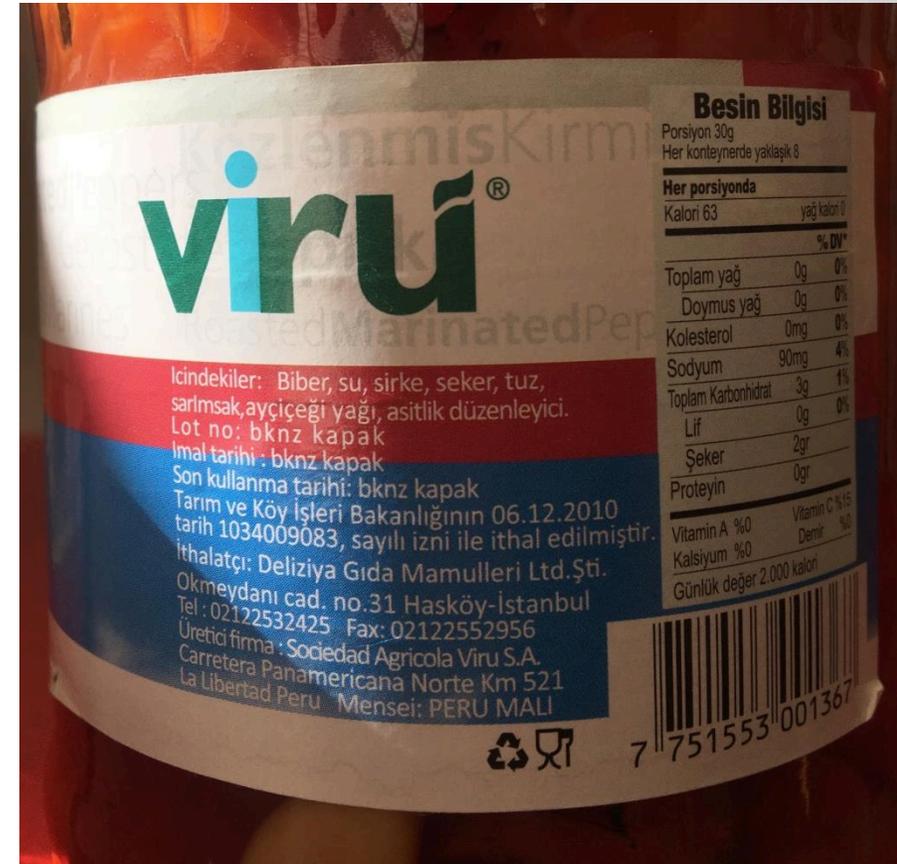
| Posición | Descripción | IVA | Arancel General | Arancel Colombia |
|----------|--|-----|-----------------|------------------|
| 20.08.20 | Piñas "ananás", preparadas o conservadas, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante | 8% | 58,5% | 58,5% |
| 20.08.80 | Fresas "frutillas", preparadas o conservadas, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante | 8% | 58,5% | 58,5% |

Condiciones de etiquetado & empaque para productos alimenticios en Turquía



PROCOLOMBIA
EXPORTATIONS TOURISME INVESTISSEMENT MARQUE PAYS

- Las **etiquetas**, reguladas por el comunicado de envasado y etiquetado de alimentos (2002/58 del 25.08.02), establece que estas deben ser en **idioma turco** y contener la siguiente información:
 - a. Nombre del producto.
 - b. Peso neto.
 - c. Nombre comercial o marca registrada del fabricante, dirección y país de producción.
 - d. Nombre de la empresa importadora, dirección y número de teléfono.
 - e. Nombre del producto, contenido y aditivos, cantidad neta.
 - f. Fecha de producción y caducidad del producto.
 - g. Número de lote/partida o serie de producción.
 - h. Certificado de control con número y fecha.
 - i. País de origen.
 - j. Instrucciones o información adicional necesaria de consumo y/o almacenamiento.
- Algunas restricciones de **empaque** de productos alimenticios en Turquía:
 - a. Los empaques no deben mencionar que los alimentos tienen propiedades para la salud o previenen enfermedades.
 - b. El empaque no debe contener información falsa o engañosa.
 - c. La reducción del contenido calórico o de grasa del producto debe especificarse en la etiqueta.



Canales de Comercialización





PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Conectividad aérea y marítima Colombia – Turquía



| Destino | Aerolínea | Conexiones | Frecuencia |
|----------|------------------|---------------------------|--------------------|
| Estambul | Turkish Airlines | Directo | MI, VI, DO |
| | Copa Airlines | Ciudad de Panamá - Panamá | MI, VI, DO |
| | Avianca | Madrid -España | VI, SA, DO |
| | Avianca | Sao Paulo - Brasil | LU, MI, JU, VI, DO |
| | Turkish Airlines | Madrid -España | VI, SA, DO |
| | Turkish Airlines | Ciudad de Panamá - Panamá | VI, SA, DO |
| | AirFrance | París - Francia | LU, VI, SA, DO |
| | Lufthansa | Frankfurt - Alemania | LU, VI, SA, DO |
| Izmir | Turkish Airlines | Estambul | MI, VI, DO |
| Ankara | Turkish Airlines | Estambul | MI, VI, DO |





| Línea marítima | Origen | Destino | País | Conexiones | Tiempo tránsito (días) | | |
|----------------------------------|--------------|----------|---------|---|--------------------------|--------------------------|----|
| Hapag Lloyd | Barranquilla | Estambul | Turquía | Cartagena - Colombia, Valencia - España | 29 | | |
| Hapag Lloyd | Buenaventura | | | Cartagena - Colombia, Cagliari - Italia | 30 | | |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | | | | Balboa - Panamá | 27 | | |
| Hapag Lloyd | Cartagena | | | Cagliari - Italia | 22 | | |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | | | | Cristobal - Panamá | 29 | | |
| Cma-Cgm | | | | Rotterdam - Países Bajos | 33 | | |
| Consolcarga | | | | Rotterdam - Países Bajos | 50 | | |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | | | | Buenaventura | Aliaga | Balboa - Panamá | 24 |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | Cartagena | | | Ankara | Cristóbal - Panamá | 31 | |
| Mahe neutral shipping | | | | Gebze | Hamburgo - Alemania | 47 | |
| Cma-Cgm | | | | Gemlik | Gebze | Rotterdam - Países Bajos | 31 |
| Cma-Cgm | | | | | Rotterdam - Países Bajos | 34 | |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | | | | | Cristobal - Panamá | 30 | |
| Mediterranean shipping co. (MSC) | Buenaventura | | | | Balboa - Panamá | 28 | |

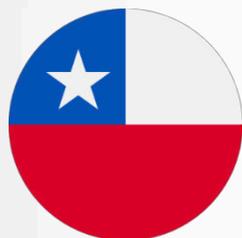


| Línea marítima | Origen | Destino | País | Conexiones | Tiempo tránsito (Días) |
|-----------------------|--------------|--------------------|---|---|------------------------|
| Cma-Cgm | Cartagena | Izmir | Turquía | Livorno - Italia, Malta - Malta | 30 |
| Hamburg Sud | | | | Antwerpen - Bélgica, Gebze - Turquía | 33 |
| Hapag Iloyd | | | | Cagliari - Italia | 24 |
| Maersk line | | | | Manzanillo - Panamá, Algeciras - España, Puerto said - Egipto | 36 |
| Hapag Iloyd | Barranquilla | | | Cartagena - Colombia, Cagliari - Italia | 33 |
| Hamburg Sud | Buenaventura | | | Cartagena - Colombia, Valencia - España | 48 |
| Hapag Iloyd | | | | Salerno - Italia | 25 |
| Maersk line | | | | Manzanillo - Panamá, Algeciras - España, Puerto said - Egipto | 39 |
| Cma-Cgm | | Cartagena | Livorno - Italia | 30 | |
| Hamburg Sud | Cartagena | Tanger - Marruecos | 29 | | |
| Hapag Iloyd | Cartagena | Cagliari - Italia | 24 | | |
| Hamburg Sud | Barranquilla | Mersin | Cartagena - Colombia, Amberes - antwerp - Bélgica | 45 | |
| Hapag Iloyd | Barranquilla | | Cartagena - Colombia, Tanger - Marruecos, Fos Sur Mer - Francia | 32 | |
| Zim container service | Barranquilla | | Kingston - Jamaica, Valencia - España | 52 | |
| Cma-Cgm | Buenaventura | | Malta - Malta | 20 | |
| Hamburg Sud | Buenaventura | | Cartagena - Colombia, Tanger - Marruecos | 38 | |



Promoción de la Canasta Exportable AP de Specialty Foods en Estambul

- **Fecha:** Jueves 7 de diciembre de 2017
- **Perfil de Invitados:** Importadores, cadenas retail, chefs, medios especializados en gastronomía.
- **Formato del evento:** Presentación de la AP y su oferta exportable de specialty foods, presentación y degustación de muestras.



Por Validar



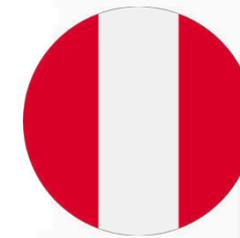
Frutas Procesadas tropicales & exóticas

- Salsas & Aderezos
- Condimentos
- Pulpas y fruta congelada
- Frutas deshidratadas & liofilizadas



Chocolatería Aceites y Grasas

- Chocolates
- Aceite de aguacate



Frutas y Vegetales Procesados Snacks Superfoods

- Salsas
- Condimentos
- Conservas de frutas & vegetales
- Snacks



Envío de muestras/catálogos

- **Fecha máxima de envío:** Lunes 20 de noviembre de 2017
- **Recomendaciones de envío:**

Destinatario: PROCOLOMBIA/KOLOMBIYA BÜYÜKELÇİLİĞİ

Dirección: İnönü Caddesi No.43 Ongan Apt. K2 D5 Gümüşsüyü Mah.-Taksim, Beyoğlu-Istanbul, Turkey

Teléfono: +90 2122430619

Contacto: Juan Alfredo Pinto Saavedra

Colombian Ambassador in Turkey / Kolumbiya Büyükelçisi

Marcela Monroy

ProColombia Representative in Turkey

El **valor de la factura no puede superar los USD 70**. Importante incluir en mayúsculas sostenidas sobre la factura, la siguiente frase: **TICARI DEGERI YOKTUR – NON COMMERCIAL VALUE**

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TĀNAN SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

הודות ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJĘ