



INFORME
DE FERIA

2024



Beauty Eurasia

Estambul

12-14 de junio de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estambul

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

17 de febrero de 2025
Estambul

Este estudio ha sido realizado por
Daniel Vázquez Susi y Álvaro Pose Pillado

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estambul

<http://turquia.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Ubicación	5
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.3. Datos estadísticos de participación	8
2.4. Participación española	12
3. Actividades de promoción	13
3.1. OFECOME	13
3.2. Promoción de la propia feria	13
4. Tendencias y novedades presentadas	16
4.1. Tendencias globales	16
4.2. Tendencias por producto	17
5. Valoración	20
5.1. Del evento en su conjunto	20
6. Anexos	22





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Nombre oficial de la feria: Beauty Eurasia

Fechas de celebración del evento: 12 al 14 de junio de 2024

Fechas de la próxima edición: 18 al 20 de junio de 2025

Frecuencia, periodicidad: se celebra anualmente, este 2024 ha tenido lugar la 19ª edición.

Lugar de celebración: Istanbul Fuar Merkezi.(IFM)

Horario de la feria: de 10 a 18h.

Precio del stand: 9 m² era el tamaño del stand que ofrecían como base / mínimo, estos 9 m² tenían un precio de 4.843,10 € incluido el IVA (18 %).

Otros datos de interés:

- Número de expositores: 467 expositores
- Número de visitantes: 16.683 visitantes
- Web: <https://beautyeurasia.com/en/main>

1.2. Sectores y productos representados

Los sectores representados en la presente feria fueron:

- 23% Productos de cuidado personal
- 17% Materias primas, envases y maquinaria
- 10% Productos/equipos profesionales de belleza y peluquería
- 8% Productos de limpieza e higiene
- 8% Perfumería
- 5% Productos y equipos de estética
- 5% Dermocosmética
- 5% Productos para el cuidado del cabello
- 4% Nail Care & Nail Art
- 4% Cosmética natural y ecológica
- 4% Marcas blancas y fabricación por contrato
- 3% Cosméticos de color
- 2% Productos para el cuidado del bebé
- 2% Productos farmacéuticos y OTC



2. Descripción y evolución de la Feria

La feria Beauty Eurasia celebró en 2024 su decimonovena edición en Estambul, concretamente en el recinto Istanbul Fuar Merkezi. Reunió a 467 empresas expositoras de 28 países junto a 16.683 visitantes profesionales del sector procedentes de hasta 116 países diferentes. La exposición, pese a que el número de visitantes disminuyó un 16% con respecto al año pasado, ofreció diversas oportunidades de negocio y colaboración y acogió los últimos productos de marcas líderes de cosmética y cuidado personal.

A lo largo de los tres días que duró la exposición, se debatieron en detalle numerosos temas urgentes del sector en numerosos comités y sesiones. Entre otros temas, se trataron las tendencias de la belleza, la sostenibilidad de las marcas, las oportunidades de las franquicias y las cadenas minoristas, y la lucha contra los productos cosméticos ilegales.

Este evento fue organizado por [Ica Events](#), con sede en Londres, quienes organizan más de 50 exposiciones, ferias comerciales y conferencias en Turquía, Polonia, Azerbaiyán, Kazajstán y Uzbekistán. También organizan las principales exposiciones de Turquía en los sectores de construcción, turismo, cosmética, alimentación, los sistemas ferroviarios y la logística. Ofrecen todos los servicios para las exposiciones, desde venta de espacio para stands, construcción de stands, servicios técnicos, hasta patrocinio y publicidad, en todo su portafolio de eventos.

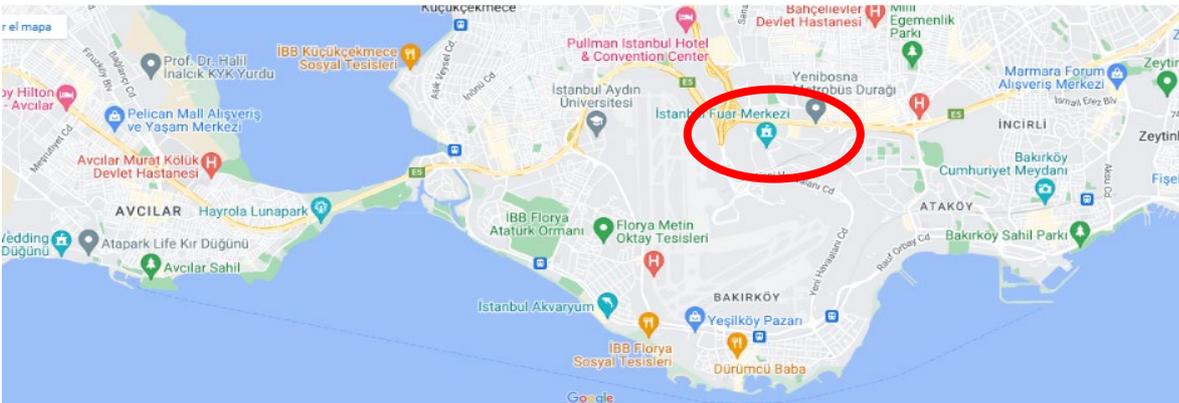
Como muestra de la relevancia de este evento, cabe destacar que Beauty Eurasia cuenta con un fuerte respaldo y apoyo institucional y empresarial. El evento forma parte de la [UFI](#), la Asociación Mundial de la Industria Ferial; además de estar afiliada al gobierno turco a través del Ministerio de Comercio; también está asociada con la Asociación Turca de Productores de Ferias (TFYD), la Cámara de Peluquerías, Manicuristas, Comerciantes y Artesanos de Estambul (IKKMO) y la Asociación de Químicos Turcos (Kimyagerler Derneği). Por último, cuenta con el apoyo municipal del Ayuntamiento Metropolitano de Estambul (İstanbul Büyükşehir Belediyesi), además de numerosos patrocinios de carácter privado.

2.1. Ubicación

Como se ha mencionado anteriormente la feria se celebró en el recinto Istanbul Fuar Merkezi (IFM), ubicado en la zona europea de Estambul.



ILUSTRACIÓN 1: MAPA UBICACIÓN RECINTO FERIAL



Fuente: Página web de IFM

El área de exposición para la feria Beauty Eurasia era de 10.268 m² divididos en tres *halls*, concretamente en los *halls* 5, 6 y 7, uno de ellos dedicado a las materias primas, empaquetado y maquinaria y los otros dos al resto de productos, como puede observarse en la Ilustración 2. Istanbul Expo Center acoge una media de cien ferias al año por lo que es un recinto ferial muy completo e importante en Estambul. En su totalidad ocupa aproximadamente 96.000 m² del complejo ferial World Trade Center Istanbul, construido sobre una superficie de 500.000 m².

ILUSTRACIÓN 2: PLANO BEAUTY EURASIA 2024



Fuente: Guía del visitante de Beauty Eurasia 2024

2.2. Servicios ofrecidos

IFM- Istanbul Fuar Merkezi dispone de una gran variedad de servicios:

- Infraestructura diseñada para que las personas con discapacidad puedan visitar y participar en las ferias.
- Servicios de infraestructura e instalación.
- Servicios con paquetes para la instalación de stands.
- Servicios de seguridad y limpieza
- Servicios de manipulación (carga y descarga).
- Servicios de seguridad y salud ocupacional.
- Servicios de acreditación.
- *Catering*: hay dos restaurantes en el recinto. Si fuera necesario pueden contratarse servicios adicionales como organización de pausas para el café, organización de cocteles, comidas para el personal y catering tipo buffet libre.
- Tres salas para los organizadores.
- Dos habitaciones VIP con disponibilidad para participantes o visitantes.
- Servicio de alojamiento en el hotel WOW Airport de cuatro estrellas, también posibilidad en el hotel Wow Estambul de cinco estrellas, los cuales se encuentran a poca distancia del recinto ferial.
- Servicio de ambulancia: dos ambulancias disponibles para emergencias durante los procesos de montaje, exhibición y desmontaje de la feria.

ILUSTRACIÓN 3: IMÁGENES DE BEAUTY EURASIA 2024



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia



2.3. Datos estadísticos de participación

EXPOSITORES:

Hubo un total de 467 expositores, de los cuales 224 eran internacionales (48 %) y procedían de 28 países distintos. Estos 467 expositores ofrecían un total de 969 marcas diferentes procedentes de 38 países, esto se debe a que numerosos expositores acudieron en representación de múltiples marcas. Entre los expositores extranjeros se observó que predominaban los procedentes de China, y en menor medida de Corea del Sur. Además de estos dos países, otros 6 (Egipto, Hungría, Italia, Rumanía, Rusia y Taiwán) contaron con un pabellón nacional propio.

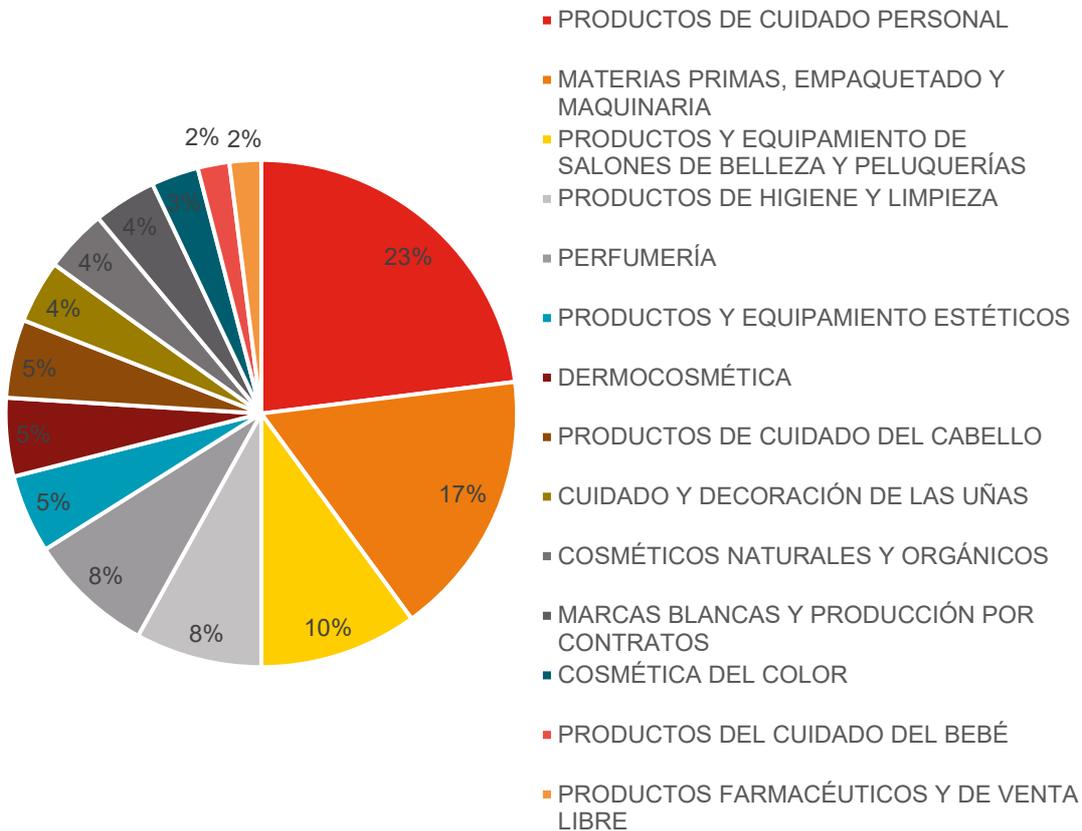
El 52 % de los expositores eran nuevos o participaban por primera vez en esta feria, mientras que el 48 % ya había participado en ocasiones anteriores.

El 87% consideraron este evento importante para sus negocios y el 83 % declararon estar satisfechos con cómo se desarrolló el evento.

Según la propia Beauty Eurasia, de media, cada expositor consiguió cerrar 4 acuerdos comerciales durante el evento, y un 48 % de los expositores concluyeron su participación con nuevos pedidos o precontratos cerrados. Por otro lado, según las cifras oficiales proporcionadas por los organizadores de la feria, la cifra de negocios total generada durante la feria fue de 570 millones de euros, lo que equivale a 1,2 millones de euros por cada expositor.

En cuanto al perfil de los expositores, destacan aquellos que se dedicaban a los productos de cuidado personal (23 %), así como aquellos dedicados a las materias primas, empaquetado y maquinaria (17 %).

GRÁFICO 1: PERFIL DE LOS EXPOSITORES



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia 2024

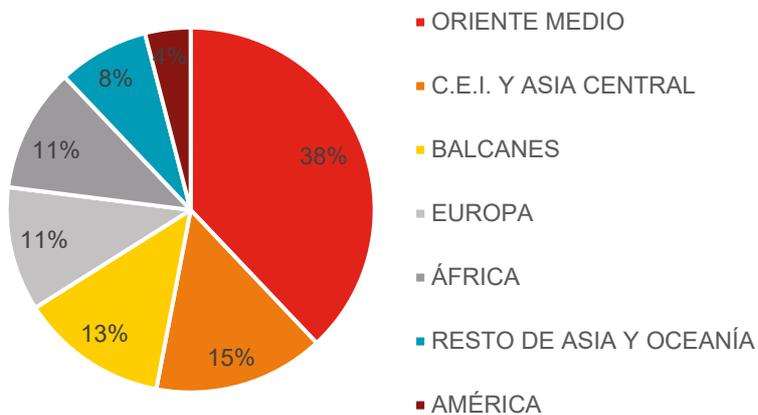
VISITANTES:

Hubo un total de 16.683 visitantes de hasta 116 países, de este total 4.877 eran internacionales (29%). Entre los visitantes internacionales, se observa que los países con mayor presencia fueron Irán, Iraq, Rusia, Azerbaiyán, Arabia Saudí y Bulgaria.

Por regiones, gran parte de estos venían de Oriente Medio (38 %), como puede observarse en el Gráfico 2, seguido por la Comunidad de Estados Independientes y Asia Central (15 %).



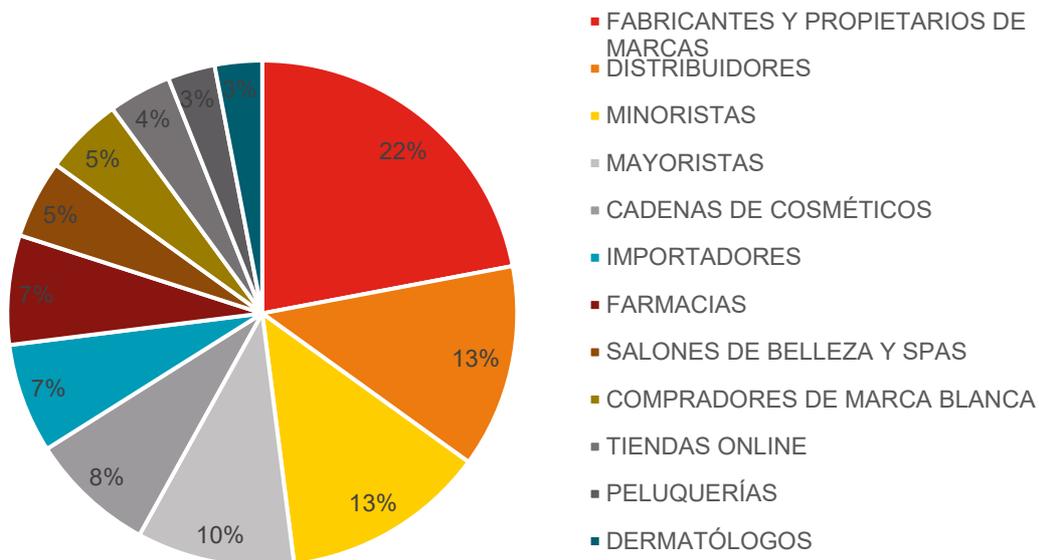
GRÁFICO 2: REGIÓN DE PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia 2024

Respecto al perfil de los visitantes, destacaban los fabricantes con un 22%, seguidos de distribuidores y minoristas, con un 13% cada uno. El desglose completo de los perfiles de los visitantes se presenta a continuación en el Gráfico 3.

GRÁFICO 3: PERFIL DE LOS VISITANTES



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia 2024

Según la información recogida por la organización, los productos que más llamaron la atención y fueron de interés para los visitantes fueron los siguientes:

GRÁFICO 4: PRODUCTOS DE MAYOR INTERÉS



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia 2024

El 74 % de los visitantes aseguraron estar contentos con la feria y el 84 % aseguró que volvería a acudir a la siguiente edición.



2.4. Participación española

En esta edición de Beauty Eurasia no se detectó la participación de ninguna empresa española en condición de expositora, no obstante, entre la lista de los 116 países que contaron con visitantes durante la celebración de la feria sí figura España, así como también en la lista de los 66 países que participaron en el programa de Compradores VIP que se detallará en el siguiente apartado.

Asimismo, durante la feria se mantuvieron conversaciones con la empresa expositora Suchel Camacho S.A., empresa dedicada a la cosmética, la perfumería y el aseo. Pese a ser una empresa cubana, está altamente vinculada con España, pues cuentan con una fábrica en Barcelona.

ICEX

3. Actividades de promoción

3.1. OFECOME

Un representante de la Oficina Económica y Comercial de España en Estambul asistió a la feria Beauty Eurasia, para la elaboración de este informe. Previamente, se hizo una investigación sobre la feria y sobre las novedades que se iban a presentar, una vez allí, mantuvo una entrevista con la organización de la feria y estuvo en varios stands con empresas participantes.

3.2. Promoción de la propia feria

La feria organizó un programa de Compradores VIP. Acudieron más de 500 compradores VIP, los cuales mantuvieron más de 5.000 reuniones entre todos ellos. Estos Compradores VIP procedían de 66 países distintos (entre los que se encuentra España), siendo en su mayoría procedentes de Oriente Medio.

También se desarrollaron distintas campañas promocionales para llegar al mayor número de gente posible. Por un lado, está la inversión que hicieron en periódicos y revistas, en donde invirtieron más de 16.000 USD, llegando finalmente a superar los 2 millones de impresiones.

También hubo publicidad tanto en radio como en televisión, así como en carteles en la calle. Se colocaron 100 carteles en puntos estratégicos de Estambul y además se colocaron otros en ciertos aeropuertos y estaciones internacionales elegidos estratégicamente.

ILUSTRACIÓN 4: IMÁGENES DE BEAUTY EURASIA 2024



DUBAI METRO STATION



BOLOGNA AIRPORT



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia

Además de estas promociones en medios tradicionales, la feria contó con una aplicación móvil gratuita para todos los expositores, visitantes y compradores VIP llamada ICA Connect. Esta app contaba con un sistema de emparejamiento que permitía, gracias a la Inteligencia Artificial de la plataforma, ofrecer recomendaciones personalizadas de los contactos más relevantes y valiosos de su sector de interés, todo ello basado en las necesidades de los otros asistentes, sus áreas de especialización y los motivos por los que acudieron a la feria.

Por último, también se llevó a cabo una ceremonia de premios y un cóctel para fomentar el *networking*. Los participantes en el programa de Compradores VIP determinaron sus favoritos en tres categorías: mejor diseño del stand, mejor demostración del producto y mejores prestaciones del stand. Los Compradores VIP seleccionaron a 5 expositores en cada categoría, otorgando premios a 15 expositores en total.

ILUSTRACIÓN 5: IMAGEN DE LOS GALARDONADOS EN LOS PREMIOS BEAUTY EURASIA



Fuente: Post Show Report de Beauty Eurasia

La ceremonia de entrega de premios también acogió los Premios de Incentivos otorgados por los organizadores de la feria ICA Events. Un total de 6 expositores recibieron el premio, basándose en su actuación ejemplar, su participación activa en ICA Connect y en su rendimiento en las actividades conjuntas de *marketing*.

Por último, cabe destacar la presencia activa de la feria en redes sociales, donde ha conseguido crear una amplia comunidad formada por más de 19.000 seguidores en [Facebook](#), 11.000 en [Instagram](#) y 2.000 en [LinkedIn](#).

4. Tendencias y novedades presentadas

4.1. Tendencias globales

- En 2024, las **exportaciones turcas** de productos cosméticos disminuyeron un 0,2% en comparación con 2023 hasta alcanzar los 2.830 millones de dólares. Esto demuestra un cambio de tendencia tras el crecimiento del 15,3% experimentado por las exportaciones de este sector en 2023. Por su parte, las **importaciones de productos cosméticos en Turquía** aumentaron un 9,5% en 2024, alcanzando los 1.630 millones de dólares. Por tanto, el superávit comercial, pese a haber disminuido en el último año, continúa siendo elevado (1.200 millones de dólares)
- Turquía se ha convertido en un importante país productor de cosméticos. Sin embargo, Turquía también se ha convertido en un país caro en términos de producción. Por esta razón, la competitividad en las exportaciones disminuye.
- Las nuevas políticas económicas también han dificultado las exportaciones. En particular, la depreciación de la lira turca experimentada en los últimos años ha creado problemas. Por el contrario, los importadores han adelantado sus pedidos debido a la preocupación de que se produzca un aumento en los tipos de cambio después de las elecciones locales (las cuales tuvieron lugar en marzo de 2024) y ante las expectativas de que aumentase la inflación. A medida que la lira turca ganó estabilidad a partir del segundo trimestre, el atractivo de las importaciones aumentó nuevamente.
- Cabe destacar el papel fundamental que juegan las exportaciones españolas en el mercado turco en algunas categorías de productos cosméticos. De esta manera, España es el segundo proveedor a nivel mundial de perfumes en Turquía (exportaciones superiores a 11 millones de dólares); el quinto proveedor en el sector del champú (3,5 millones de dólares); y el séptimo principal proveedor de Turquía en 'Maquillajes y productos de belleza', exportando más de 19 millones de dólares de estos productos al mercado turco en 2024.

A continuación, se presenta las importaciones turcas de productos cosméticos en los últimos años. Los productos que más se importan son los Productos de cuidado personal, seguidos por los Productos de limpieza e higiene. Por otro lado, las importaciones que han experimentado un mayor crecimiento en el último año han sido las Máquinas de embalaje y etiquetado (+42,1 %) y los Equipos de peluquería (+38,4 %).

TABLA 1: EVOLUCIÓN IMPORTACIONES PRODUCTOS COSMÉTICOS EN TURQUÍA

Cifras en dólares

Productos	2022	2023	2024	% 23/24
Productos de cuidado personal	241.070.122	352.442.519	367.079.244	4,2
Productos de limpieza e higiene	336.314.827	369.327.574	314.852.534	-14,7
Equipos de peluquería	83.910.602	159.919.230	221.292.935	38,4
Productos para el cuidado del cabello	175.249.041	193.007.941	190.564.008	-1,3
Productos de cosmética del color	98.213.104	137.177.635	182.241.545	32,9
Máquinas de embalaje y etiquetado	119.100.931	124.783.714	177.323.749	42,1
Perfumes y desodorantes	74.750.238	105.029.009	119.126.595	13,4
Productos de higiene para bebés	11.936.498	17.519.884	23.247.287	32,7
Dispositivos de depilación	8.092.014	9.858.377	12.840.319	30,2
Productos para el cuidado de las uñas	9.210.118	10.231.333	10.417.383	1,8
Pelucas, cejas, pestañas	5.490.147	8.736.063	9.864.551	12,9
IMPORTACIONES TOTALES	1.163.337.642	1.488.033.279	1.628.850.150	9,5

Fuente: KOZMETİK SEKTÖRÜ 2024 YILI GELİŞMELER VE DEĞERLENDİRMELER EKONOMİ VE STRATEJİ DANIŞMANLIK HİZMETLERİ.

4.2. Tendencias por producto

La industria cosmética está evolucionando rápidamente debido a factores como las cambiantes demandas de los consumidores, los avances tecnológicos y la conciencia ambiental. Algunas de las novedades esperadas para este sector en 2025 son:

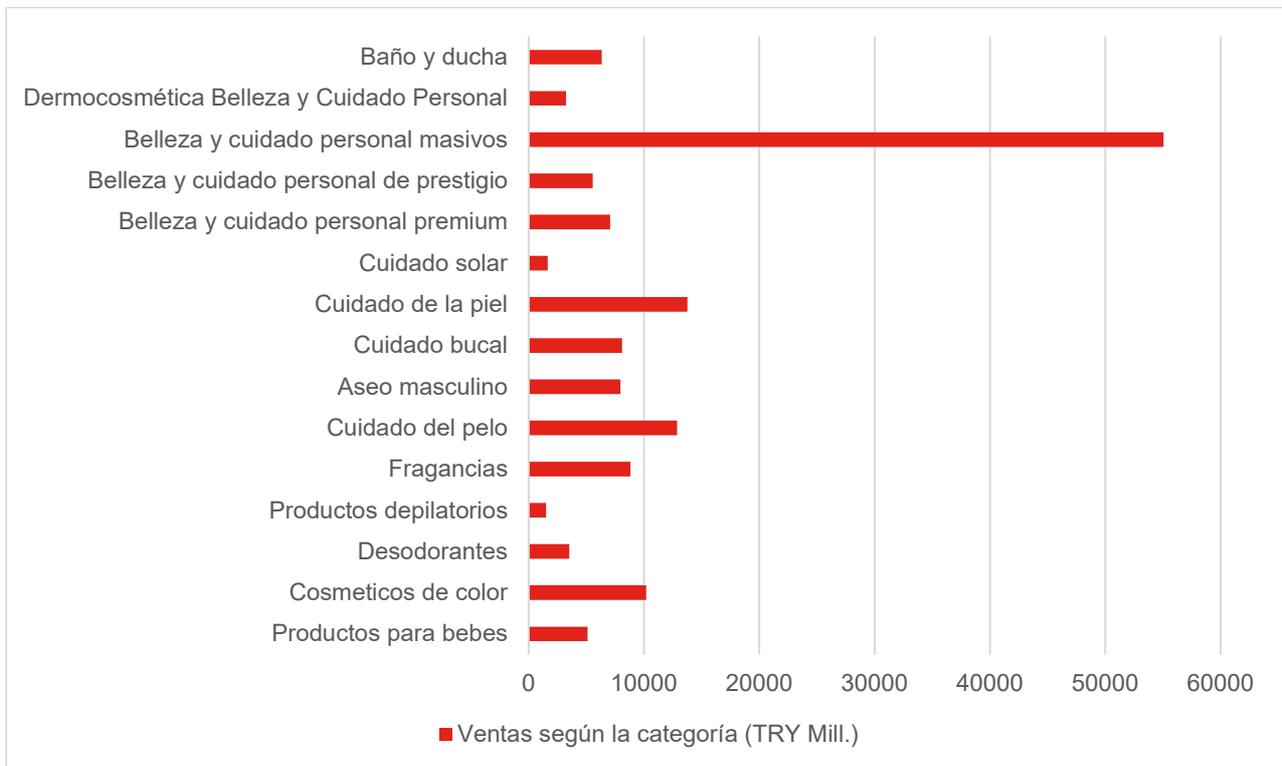
- **Microbioma de la piel.** Se trata de un complejo ecosistema de bacterias y microorganismos beneficiosos, es esencial para una piel sana e hidratada. En 2025, la industria cosmética se centrará en productos con probióticos y prebióticos para mantener este equilibrio, fortaleciendo las defensas naturales de la piel. Estos productos irán, respaldados por la ciencia, ganándose la confianza de los consumidores, ya que están abriendo una nueva era en la prevención de problemas de la piel.
- **Skinimalism.** Es el reflejo del movimiento minimalista en el mundo del cuidado de la piel. Se pretende crear una rutina sencilla con pocos productos pero efectivos y multifuncionales. Esta tendencia ahorra tiempo y recursos a la vez que ofrece un cuidado acorde con la estructura

natural de la piel. Simplificar el cuidado de la piel se está volviendo rápidamente popular entre los consumidores que buscan reducir el uso excesivo de productos.

- **Cosméticos inteligentes.** Son productos innovadores con fórmulas que pueden adaptarse a las necesidades de los usuarios. Por ejemplo, los productos que optimizan sus efectos según el tipo de piel y el contenido de humedad apuntan a convertirse en los favoritos de los consumidores en 2025
- **Productos cosméticos híbridos.** Son fórmulas innovadoras que ofrecen múltiples funciones juntas. Por ejemplo, en esta categoría se incluyen las cremas hidratantes que ofrecen protección FPS y además protegen la piel contra el envejecimiento con su efecto antioxidante. Los productos híbridos que combinan funciones de cuidado de la piel y maquillaje destacan por sus soluciones versátiles y prácticas.
- **Packagings sostenibles.** En la industria cosmética, los envases fáciles de reciclar son de gran importancia para la sostenibilidad medioambiental. Los envases respetuosos con el medio ambiente se han convertido en una necesidad básica más que una tendencia. De esta manera, el bioplástico surge como un material de embalaje respetuoso con el medio ambiente y producido a partir de recursos vegetales renovables. Los diseños de envases sostenibles se están convirtiendo en la opción preferida de los consumidores conscientes del medio ambiente.
- **Metaverso y Realidad Aumentada.** Es un universo virtual que permite a las marcas interactuar con los consumidores en un entorno digital. Las marcas de cosméticos están marcando la diferencia en el *marketing* digital al ofrecer pruebas de maquillaje virtuales, lanzamientos de productos y experiencias de marca en el metaverso. La industria cosmética está pasando a una nueva dimensión con la digitalización y tecnologías como la realidad aumentada (*Augmented Reality*), que son de gran importancia porque a los consumidores se les ofrece la oportunidad de experimentar con los productos antes de comprarlos.

A continuación, se muestra el gráfico de las categorías más vendidas en el ámbito de la belleza y la cosmética en Turquía:

GRÁFICO 5: VENTAS SEGÚN LA CATEGORÍA (TRY MILL.)



Fuente: [Euro monitor](#)

5. Valoración

5.1. Del evento en su conjunto

La feria Beauty Eurasia en Estambul es uno de los eventos líderes en la industria de la belleza y la cosmética en Eurasia y Oriente Medio. Hay varias razones por las cuales una empresa debería considerar asistir a esta feria:

- Oportunidades de *networking*: Beauty Eurasia atrae a una amplia gama de profesionales de la industria, incluyendo fabricantes, distribuidores, minoristas y proveedores de servicios. Asistir a la feria brinda la oportunidad de establecer contactos valiosos en la industria y colaborar con otras empresas tanto turcas como de Oriente Medio.
- Exposición internacional: Esta feria atrae a expositores y visitantes de todo el mundo, lo que permite acceder a un mercado global y mejorar la visibilidad de la marca en el mercado turco. Además, los fabricantes y exportadores pueden establecer contactos comerciales y asociaciones con un gran número de cadenas de cosméticos, mayoristas y minoristas de África, Oriente Medio, Asia Central y Extremo Oriente.
- Competencia e inteligencia de mercado: Observar a los competidores y analizar lo que están haciendo en la feria proporciona información valiosa sobre las estrategias y tendencias del mercado. Este análisis deberá realizarse no solo a las empresas internacionales, sino también a las empresas turcas para aumentar el conocimiento sobre la industria de la belleza en este país. Además, un gran número de distribuidores, agentes y representantes se reúnen aquí, lo que supone una gran oportunidad para iniciar relaciones comerciales.
- Conocimiento de las últimas tendencias: La industria de la belleza está en constante evolución. Beauty Eurasia es un lugar donde se puede conocer las últimas tendencias, productos y tecnologías en el mercado.
- Generación de leads y ventas: La feria es un excelente lugar para mostrar tus productos o servicios a un público interesado y generar leads. Se pueden cerrar ventas directamente en la feria o establecer contactos que puedan llevar a futuras oportunidades de negocio, como así lo demuestran las cifras mencionadas anteriormente que indican que durante la feria se cerraron contratos por valor de 570 millones de euros, con una media de 4 operaciones por expositor.
- Presentación de productos: Beauty Eurasia es un escenario ideal para lanzar nuevos productos o presentar las últimas innovaciones a una audiencia interesada, así como para realizar demostraciones de los productos, mediante las cuales se recibirá un *feedback* instantáneo de clientes potenciales.
- Contacto con proveedores y fabricantes: Beauty Eurasia es un lugar donde poder encontrar proveedores y fabricantes de confianza.



En resumen, la feria Beauty Eurasia de Estambul ofrece numerosos beneficios para las empresas de la industria de la belleza y la cosmética, desde oportunidades de *networking* hasta la posibilidad de acceder a un mercado global y mantenerse al día con las últimas tendencias. La feria es una de las puertas de entrada más importantes para exportar a los enormes mercados turco y euroasiático.

Así lo reflejan algunos de los testimonios recogidos por los organizadores de la feria. En general, los testimonios de los expositores reflejan que Beauty Eurasia es una plataforma comercial efectiva para impulsar el crecimiento de las empresas en el sector de la belleza y la cosmética. La feria ha demostrado ser un punto de encuentro clave para profesionales de la industria, facilitando la generación de negocios y el intercambio de conocimientos. Los expositores destacan que este evento permite no solo generar nuevas relaciones comerciales, sino también reencontrarse con sus clientes internacionales ya establecidos. También se han recibido valoraciones positivas tanto de la aplicación ICA Connect como del Programa de Compradores VIP. Otro punto positivo que destacan es el amplio abanico de regiones que cubre este evento, permitiendo conectar con clientes en regiones tan dispares como África, Sudamérica o del Golfo Pérsico. Todos coinciden también en que les gustaría volver a participar como expositores en la próxima edición.

Es importante tener en cuenta que la experiencia en la feria puede variar según las expectativas y objetivos de cada empresa. Algunas empresas pueden encontrar que no es adecuada para sus necesidades comerciales específicas, mientras que otras pueden considerarla esencial para su estrategia de crecimiento y desarrollo en la industria de la belleza. Por lo tanto, es fundamental evaluar la relevancia y el valor de la feria en función de los objetivos de la empresa antes de tomar una decisión sobre la asistencia.

6. Anexos

- **Transporte a la feria**

- **Metro**

Se puede llegar a la zona ferial bajándose en la parada "World Trade Center-Istanbul Fair Center" de la línea de metro Yenikapı-Atatürk Airport.

Para más información: <https://www.metro.istanbul/en/>

- **Marmaray**

Para desplazarse desde Marmaray al IFM, se puede utilizar la conexión de metro Marmaray-Aeropuerto de Yenikapı y bajarse en la parada 'World Trade Center-Istanbul Expo Center'. Alternativamente, se puede bajar en la parada Marmaray Yesilyurt y llegar al recinto ferial en 5 minutos en taxi. Para más información: <https://marmaray.gov.tr/>

- **Metrobús**

Para el transporte en Metrobús, después de llegar a la estación Ataköy-Şirinevler, se puede utilizar la conexión de Metro Aeropuerto y bajarse en la parada 'World Trade Center-Istanbul Fair Center'. Para más información: <https://iett.istanbul/en>

- **Autobús**

Para llegar a IFM, se puede utilizar las conexiones de autobús IETT y bajarse en la estación de metro 'World Trade Center-Istanbul Fair Center'. Para más información: <https://iett.istanbul/en>

- Transporte desde el aeropuerto

Los expositores y visitantes que viajen desde el aeropuerto de Estambul (IST) pueden llegar a la parada Yenibosna-Kuleli a través de los autobuses Havaist o HVIST-10, también hay una conexión de metro desde el aeropuerto en la que se tendrían que bajar en la estación 'World Trade Center-Istanbul Fair Center'.

Los expositores y visitantes procedentes del aeropuerto Sabiha Gökçen pueden llegar hasta Taksim en los autobuses Havabus y después coger el metro o el Metrobús hasta el recinto ferial.

- **Taxi**

La distancia entre el aeropuerto de Estambul (IST) y el recinto ferial es de aproximadamente 45 kilómetros. Los visitantes y expositores que utilicen un taxi podrán llegar al recinto ferial en unos 35 minutos.



La distancia entre el aeropuerto Sabiha Gökçen (SAW) y el recinto ferial es de aproximadamente 70 kilómetros. Dependiendo de la densidad del tráfico, se tarda al menos una hora en llegar a IFM.

- **Direcciones/ enlaces de interés**

Oficina Económica y Comercial de España en Estambul

C/Cumhuriyet Caddesi, N.º 42 Kat: 4 - Dörtker Apt. Elmadag – Estambul 34367. Turquía.

Teléfono: 00 (90) (212) 2966161 / 00 (90) (212) 2968300.

Fax: 00 (90) (212) 2968830.

Email: estambul@comercio.mineco.es

- **Página web oficial de la feria:** <https://beautyeurasia.com/tr/main>
- **Página web oficial del recinto IFM:** <https://www.ifm.com.tr/>



icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones