

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Estambul

# Notas Sectoriales

## El mercado de la Cosmética y la Perfumería en Turquía

ICEX

## El mercado de la Cosmética y la Perfumería en Turquía

Este estudio ha sido realizado por Maribel Hernández Salmerón, becaria Icx, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estambul

Diciembre 2007

## ÍNDICE

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>6</b>
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
<b>III. OFERTA</b>	<b>8</b>
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	11
3. Importaciones	14
<b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>21</b>
<b>V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>23</b>
<b>VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>24</b>
<b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>25</b>
<b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>26</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>28</b>
1. Empresas	28
2. Ferias	40
3. Publicaciones del sector	41
4. Asociaciones	42
5. Otras direcciones de interés	43

# I ■ CONCLUSIONES

Turquía muestra un gran potencial de crecimiento y supone un mercado de gran atractivo para numerosas empresas internacionales de cosméticos. Además se espera que este mercado en Turquía ofrezca un crecimiento a largo plazo, debido en parte a que su economía empieza a ser estable y a crecer, y también gracias a su numerosa población. Además este país se caracteriza por un alto índice de población urbana, una emergente clase media con un poder adquisitivo cada vez mayor y aún un bajo consumo de cosméticos si se le compara con otros países europeos.

Por definición, los cosméticos engloban todo tipo de preparaciones o productos acabados, también incluyendo tintes para el cabello, desarrollados o producidos para fines higiénicos, aromáticos, protección y cambio de imagen, para aplicación de uso externo en partes del cuerpo humano, como en uñas, pelo, labios, etc., así como en la boca, los dientes y mucosas.

El aumento del poder adquisitivo, la preocupación por la imagen y apariencia física, el mayor número de mujeres que se incorporan a la vida laboral y la gran población joven del país ha fomentado el desarrollo del sector de los cosméticos en Turquía. Este sector en Turquía ha experimentado grandes avances en términos de calidad, capacidad productiva y variedad. El incremento de tanto la demanda doméstica como internacional ha impulsado el rápido desarrollo del sector. Además, actualmente el consumo per cápita es más bajo que en el resto de países europeos, pero la adopción de estilos de vida más occidentales es clave para el consumo de estos productos. Este crecimiento se verá impulsado por el acceso a la información por parte de los consumidores y gracias al esfuerzo en campañas publicitarias que llegan a más sectores de la población. Otro factor importante es que la juventud de la población turca perciba los productos del sector como productos necesarios y de consumo diario, y no como productos de lujo como generaciones anteriores. Otro fuerte impulso que recibirá el sector es el creciente poder adquisitivo de las mujeres que se incorporan a la vida laboral y la mayor preocupación de los hombres por su imagen personal.

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

La mayoría de las empresas productoras de cosméticos se localizan en Estambul, que es el mayor centro productivo y comercial de Turquía. El número de productos cosméticos y para el cuidado personal aumentan cada año. El cuidado del cabello cuenta con la mayor cuota de mercado del sector, correspondiendo un 59% de las ventas de productos para el cuidado capilar a los champús. Los principales productos son: productos para el cuidado masculino, depilatorios, de baño y ducha especialmente las pastillas de jabón, pintalabios y sombras de ojos, desodorantes y antiperspirantes, perfumes, colonias, productos para el cuidado infantil y dentífricos.

En este sector se ha observado la creciente competencia con la introducción de nuevos y modernos productos, acordes con la exigencia de los consumidores como jabones y champús naturales. Estos productos también se producen en fábricas locales gracias a la gran variedad de hierbas y productos naturales. Por ejemplo el jabón de laurel o el jabón de oliva se producen en grandes cantidades en Turquía. Este subsector está bastante orientado a la exportación.

La mayoría de las multinacionales de cosméticos y de productos para el cuidado personal han localizado sus infraestructuras productivas y de marketing en Turquía. La mayoría de los inversores extranjeros están presentes en el mercado turco a través de *joint ventures* y acuerdos de licencia, como Procter & Gamble, Henkel, Colgate Palmolive o Unilever. Por otro lado, las empresas locales más fuertes y con gran capacidad productiva son: Evyap, Eczacıbaşı, Canan kozmetik, Kopaş kozmetik, Kurtsan İlaçları, Hunca Kozmetik, Aromel Kozmetik.

(Fuente: Igeme)

La tendencia en el futuro será la mayor especialización de los productos y su mayor valor añadido para diferenciarse de la competencia y así ganar más cuota de mercado.

## II. DEFINICION DEL SECTOR

### 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Con el fin de delimitar el área en la que se centra esta nota sectorial, los artículos de cosmética y perfumería incluyen las siguientes familias de productos:

- Perfumes y aguas de tocador.
- Preparaciones de belleza, maquillaje y productos para el cuidado de la piel: pintalabios, sombra de ojos, máscara de pestañas, preparaciones para manicuras y pedicuras, polvos y base de maquillaje, cremas hidratantes, preparaciones para el maquillaje de labios, ojos, manicuras y pedicuras, polvos incluidos los compactos, etc.
- Productos para el cuidado del cabello: champúes, preparaciones para ondulación o desrizado permanentes, lacas y otras lociones capilares.
- Artículos de higiene dental: dentífricos, hilo dental, elixir bucal, etc.
- Preparaciones para el afeitado y desodorantes.
- Jabones líquidos y en barra.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias que se analizan en la presente nota son:

33.01: ACEITES ESENCIALES (DESTERPENADOS O NO), INCLUIDOS LOS "CONCRETOS" O "ABSOLUTOS"; RESINOIDES; OLEORRESINAS DE EXTRACCION; DISOLUCIONES CONCENTRADAS DE ACEITES ESENCIALES EN GRASAS, ACEITES FIJOS, CERAS O MATERIAS ANALOGAS, OBTENIDAS POR ENFLORADO O MACERACION; SUBPRODUCTOS TERPENICOS RESIDUALES DE LA DESTERPENACION DE LOS ACEITES ESENCIALES; DESTILADOS ACUOSOS AROMATICOS Y DISOLUCIONES ACUOSAS DE ACEITES ESENCIALES.

33.03: PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR.

33.04: PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y PARA EL CUIDADO DE LA PIEL (EXCEPTO LOS MEDICAMENTOS), INCLUIDAS LAS PREPARACIONES ANTISOLARES Y LAS BRONCEADORAS; PREPARACIONES PARA MANICURAS O PEDICURAS.

33.05: PREPARACIONES CAPILARES...

33.06: PREPARACIONES PARA HIGIENE BUCAL O DENTAL, INCLUIDOS LOS POLVOS Y CREMAS PARA LA ADHERENCIA DE LAS DENTADURAS; HILO UTILIZADO PARA LIMPIEZA DE LOS ESPACIOS INTERDENTALES (HILO DENTAL), EN ENVASES INDIVIDUALES PARA LA VENTA AL POR MENOR.

33.07: PREPARACIONES PARA AFEITAR O PARA ANTES O DESPUES DEL AFEITADO, DESODORANTES CORPORALES, PREPARACIONES PARA EL BAÑO, DEPILATORIOS Y DEMAS PREPARACIONES DE PERFUMERIA, DE TOCADOR O DE COSMETICA, NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE; PREPARACIONES DESODORANTES DE LOCALES, INCLUSO SIN PERFUMAR, AUNQUE TENGAN PROPIEDADES DESINFECTANTES.

34.01: JABON; PRODUCTOS Y PREPARACIONES ORGANICOS TENSOACTIVOS USADOS COMO JABON, EN BARRAS, PANES, TROZOS, O PIEZAS TROQUELADAS O MOLDEADAS, AUNQUE CONTENGAN JABON; PRODUCTOS Y PREPARACIONES ORGANICOS TENSOACTIVOS PARA EL LAVADO DE LA PIEL, LIQUIDOS O EN CREMA, ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR, AUNQUE CONTENGAN JABON; PAPEL, GUATA, FIELTRO Y TELA SIN TEJER, IMPREGNADOS, RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE JABON O DE DETERGENTES.

# III. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

En el sector de los cosméticos y perfumería en Turquía destaca la presencia de las grandes multinacionales extranjeras que han formado joint ventures con empresas y distribuidores locales. Esto pone en una difícil situación a las empresas locales, ya que la fuerte presencia de las importaciones y las multinacionales que copan el mercado, impiden su desarrollo. Los consumidores gracias a la bonanza económica que se vive en Turquía desde la crisis de 2001, han aumentado considerablemente la renta per cápita y disponen de más presupuesto que destinan a productos de cosmética. Sin embargo, junto a su aumento de presupuesto también han aumentado sus exigencias de calidad. Por ello, son las marcas extranjeras las más consumidas por su calidad y por las campañas de promoción que llevan a cabo tanto en televisión como en otros medios.

Las empresas locales pueden competir en precios, por eso su público objetivo no es el de las capas sociales con mayor poder adquisitivo. Estas empresas necesitan modernizar sus procesos productivos para mejorar la calidad de sus productos, a la vez aumentaría la producción y conseguiría reducir precios. Por ello, se presentan grandes oportunidades para el empresario español, ofreciendo maquinaria, materias primas y productos manufacturados de calidad.

Según estudios, el 80% de las marcas existentes en el mercado son extranjeras.

En los últimos años se han lanzado nuevos productos específicos y de mayor valor añadido para incrementar la cuota de mercado de las empresas.

Hay un alto grado de internacionalización ya que 5 de las 6 empresas más grandes son europeas o estadounidenses. Aunque se han establecido en Turquía mediante joint ventures con empresas turcas (a pesar de esto el mercado está fragmentado y las empresas líderes tienen una cuota de mercado baja).

La numerosa población joven, la creciente importancia de la imagen y el mayor poder adquisitivo hace que el mercado turco ofrezca un alto potencial de crecimiento. Por lo que se espera la entrada a este mercado de más multinacionales. La mayoría se centran en un subsector determinado:



## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

- **Productos para el cuidado infantil:** este subsector está dominado por Johnson's&Johnson's y comercializa un amplio rango de productos utilizando agresivas campañas publicitarias y de promoción. Le sigue en cuota de mercado Kopaz Kozmetik Pazarlama, comercializando menor número de productos. La empresa Kurstan Ilaçlari se ha centrado en la venta de uno o dos productos bajo la marca Otacı.
- **Gel – jabón:** este subsector es muy competitivo y está muy fragmentado en cuanto al número de empresas. Sin embargo, el número de marcas disponibles pertenece a un número pequeño de fabricantes. Este subsector está bastante orientado a la exportación. Representa aproximadamente el 40% de las exportaciones de cosméticos. Colgate- Palmolive ha sido el líder en producción con su marca número uno Hacı Sakir turco. El segundo puesto lo ocupa Elida Kozmetik, con las marcas Lux y Reward. Otra empresa presente es Schawarzkopf & Henkel Cosmetics, con Fa, Fa Light y Fa Beauty. Otro productor local es Temsu Kozmetik, líder en jabones líquidos con la marca Sandy. Las principales marcas Hacı Sakir y Lux están muy bien establecidas y con precios muy competitivos. Además, la primera es una de las marcas más antiguas de Turquía y asociada a los valores tradicionales, al mismo tiempo que se percibe como un producto de calidad.
- **Desodorante:** este subsector es relativamente pequeño. La empresa líder ha venido siendo Unilever a través de Elida Kozmetik y comercializaba 3 marcas en *spray*: Impulse, Axe y Brut. Beiersdorf, con sus marcas Nivea y 8x4 es el primer productor, ambas en *spray*, crema o pasta. Nivea en pasta era el desodorante más barato, lo que le permitió aumentar las ventas. Desde 1999, Rexona lanzó Rexona Reward Silo en 8 fragancias diferentes.
- **Cuidado del cabello:** el sector del cuidado del cabello está muy fragmentado y sobre todo dominado por marcas internacionales. Para diferenciarse unas de otras, llevan a cabo importantes campañas publicitarias. Debido a la importancia que se le concede a Turquía (y teniendo en cuenta que las melenas extra-largas e incluso las extensiones son muy comunes en Turquía), se consideran los champús y acondicionadores como productos de primera necesidad. A continuación se enumeran los grupos multinacionales que han formado joint ventures con empresas locales y sus marcas en el mercado: Procter & Gamble (Pantene, Rejoice y Blendax), Unilever con Elida Kozmetik (Elidor, Organics y Clear), Beiersdorf (Nivea) y Colgate-Palmolive (Palmolive). Canan Kozmetik es la empresa turca que es tan fuerte en el mercado como las anteriores. La marca líder es Pantene, con precio muy similar al de otras marcas internacionales y bastante por encima del precio de las marcas turcas. Es muy común la venta de envases de 1000 ml. y con características como acondicionador + champú. La tendencia en este subsector es la introducción de productos muy específicos como para cabellos frágiles, tintados, permanentados, largos, lisos, rizados, según el color y acompañados de productos complementarios como serum, acondicionadores y mascarillas. Las promociones más comunes de los lineales suelen ser el obsequio de uno de estos productos complementarios por la compra del bote de champú.
- **Cosméticos:** en este sector, al igual que en el del cuidado del cabello, predominan las multinacionales formando joint ventures. Así tenemos a L'Oréal, el líder con marcas como L'Oréal Perfection, Helena Rubinstein, Lancôme y Maybelline; Seguida de Procter & Gamble con Max Factor. Unilever destaca en maquillajes con su marca Eli-

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

zabeth Arden. Sin embargo, las empresas nacionales empiezan a ser más competitivas. Destacan Alfar Kozmetik, Pınar Kimya y Kosan Kozmetik. Estas empresas están ejerciendo presión en marcas consolidadas en el mercado, por lo que no se debe subestimar el potencial de nuevas empresas.

- **Cuidado masculino:** los productos más importantes de este sector son los productos para el afeitado, aunque cada vez gana más en importancia las cremas del cuidado de la piel para hombres, perfumes y otros productos específicos.
- **Higiene bucal:** la pasta más antigua y mejor establecida en el mercado turco era la marca Ipana, de Eczacıbaşı İlaç Sanayi AŞ. Elida Kozmetik estaba en la cabeza de producción con Signal con la marca líder. En los últimos años las empresas han introducido los elixires bucales para incrementar sus ventas, sobre todo Eczacıbaşı, y marcas como Colgate y Signal respondieron, aunque el productor líder es Simden Kozmetik con la marca Young & Youngers. El consumo de pasta de dientes en Turquía es uno de los más bajos de Europa. En cuanto a cepillos de dientes, las ventas están dominadas por la marca Step Banat, de Banat Fırça y Plastik.
- **Perfumes:** el sector está dominado por las marcas internacionales (con precios más elevados y sólo al alcance de personas con alto poder adquisitivo). El mercado de los perfumes femeninos está muy fragmentado, en el que cada empresa cuenta con una cuota de mercado muy pequeña. Esto se debe en gran parte a la cantidad de campañas publicitarias que desarrollan las marcas y porque los consumidores no suelen ser fieles a las marcas y poseen entre uno y tres botes de perfume. Hay que tener en cuenta el enorme consumo de colonia de limón de marcas turcas, que se vende en envases de todos los tamaños y producidos por empresas turcas. En los últimos años se ha abierto la tendencia al uso de perfumes unisex; en este sector el gran dominador es Calvin Klein. Otro dato que se debe tener en cuenta es que en Turquía la piratería es muy común y se copian casi todas las marcas internacionales.
- **Cuidado de la piel:** los líderes son Beiersdorf y Elida Kozmetik. Aquí también domina la presencia de empresas extranjeras que han formado joint ventures con empresas turcas. Camsakizi, una empresa turca está a la cabeza en productos para la depilación. Marcas líderes son Pond's y Elizabeth Arden. También en este sector dominan las marcas francesas en primer lugar, seguidas de las italianas. Así marcas como Clinique, Précision de Chanel, Elemis, Spiezia, Ferry, La Mer, , Laura Mercier, Burt's Bees, La Prairie, Lancôme, Estée Lauder, Capture de Dior. Estas últimas marcas tienen un posicionamiento de precios muy altos en el mercado, con un recorrido desde 100 ytl Estée Lauder, 560ytl Secret de Vie de Lancôme a 1080ytl Cellular Radiante de La Prairie.
- **Cremas solares:** las cremas de protección solar son comercializadas por multinacionales, aunque en menor cantidad se encuentran cremas bronceadoras turcas a precios más asequibles. L'Oréal es el productor líder con sus marcas Ambre Solaire y Lancôme, y empieza a tener bastante importancia los autobronceadores, con ventas cada vez menos estacionales, con un consumo más regular durante todo el año. Johnson & Johnsons con la marca Piz Bruin y Beiersdorf con Nivea Sun son también muy importantes en el mercado turco.

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

En Turquía, en términos científicos, este sector comenzó a principios de 1900, en la última etapa del Imperio Otomano como resultado de las iniciativas de algunos empresarios que habían estudiado farmacia y química en el extranjero. Éstos comenzaron las primeras actividades del sector farmacéutico en Turquía y lanzaron al mercado productos para el cuidado de las manos y de la piel, de su propia producción. En el período de 1950-60 que supuso el primer paso de proceso de industrialización en el país, las actividades del sector comenzaron gracias a los esfuerzos de inversores extranjeros o multinacionales que querían introducir sus productos en el mercado turco. Este sector, en un principio dominado por las importaciones fue dando paso progresivamente a la industria local. Sin embargo, aún persiste y en un futuro continuará, la dependencia de fuentes extranjeras de componentes activos o de materias primas.

En el período de 1980 – 1995 se aceleraron las inversiones en productos científicos y modernas tecnologías. Y más tarde entre 1995 y 2006, el sector ha comenzado a aprovechar sus experiencias pasadas para abrirse puertas en mercados extranjeros creando nuevos productos y sus propias marcas, que se comercializan especialmente en mercados europeos. Y estas iniciativas parecen tener éxito y ser fructuosas, especialmente en los últimos años.

En el sector de la cosmética, se incluyen productos que se aplican directamente y se utilizan para el cuerpo humano, y que a su vez puede tener efectos primarios en la salud. Es por esta razón por lo que el Consejo Europeo ha publicado la primera Directiva sobre cosméticos 76/768/CEE en 1976, con el objetivo de asegurar que los cosméticos no contengan productos que puedan resultar perjudiciales para la salud. Esta directiva fue adoptada y entró en vigor en los estados miembro de la UE en 1978. Esta directiva sobre cosméticos estipula que todas las iniciativas para la protección de la salud pública, deben desarrollarse teniendo en cuenta también los aspectos económicos y técnicos. Debido a que actualmente Turquía se encuentra en el proceso de armonización con la Unión Europea, la adaptación de la industria local cosmética a dichos requisitos de la mencionada directiva, se encuentra entre los principales puntos de la agenda de este sector en Turquía.

### Competitividad del sector

Gracias a su continua mejora en I+D y a su capacidad productiva, el sector turco de la cosmética ha conseguido un considerable poder competitivo. El constante y continuado incremento de las exportaciones a países europeos en los últimos años son prueba de la mejora y del avance de la competitividad de los productos turcos en términos de calidad y precio.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

### Previsiones para la inversión

Las categorías que han registrado un significativo desarrollo en el sector en los últimos años como los productos más demandados por los consumidores, son los productos para el cuidado de la piel, que previenen o reducen el efecto de la edad y los productos elaborados para eliminar o disimular las imperfecciones de la piel. Sin embargo, estos productos requieren soluciones científicas y una alta tecnología, así como un importante apoyo de I+D, por lo que las empresas especializadas en esta clase de productos necesitan ubicarse en los tecnoparques o en las inmediaciones de las universidades, para estar cerca de los procesos y recursos científicos requeridos.

En cuanto a las zonas de inversión, se prefiere que las zonas industrializadas como los tecnoparques equipados con las infraestructuras de energía, agua y tratamiento, faciliten el proceso de armonización con la normativa de la Unión Europea.

### Situación actual

<b>COSMETICS PRODUCTION, '000 €</b>				
<b>PRODUCT GROUP</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2006 \$</b>
HAIR CARE PRODUCTS	387.966	431.991	557.173	702.038
SOAPS / PERSONAL CLEANING	239.256	259.543	304.540	417.332
DEODORANTS & BATH	133.120	138.921	188.242	237.185
DENTAL CARE PRODUCTS	116.972	123.122	162.332	204.538
SKIN CARE PRODUCTS	94.829	115.022	146.977	185.191
PERFUMES/ODORISERS	77.912	88.710	126.756	159.712
COLORED COSMETICS	69.627	69.843	96.793	121.959
OTHER COSMETICS	137.177	106.105	118.220	115.347
SHAVING PRODUCTS	75.397	76.734	86.472	108.955
<b>TOTAL</b>	<b>1.332.256</b>	<b>1.409.991</b>	<b>1.787.505</b>	<b>2.252.257</b>

El sector del cuidado del cabello es el que cuenta con el mayor porcentaje de ventas, con una cuota de mercado del 31,17% del total de productos de cosmética y perfumería en el año 2006. Es uno de los sectores más competitivos, en el que operan un gran número de empresas productoras internacionales y algunas de ellas han firmado acuerdos de producción con empresas locales. Además este producto se percibe como de primera necesidad, gracias a la importancia que se le da en este país al cuidado del cabello. Los champús se comercializan en botes de un litro, mientras que el gel de ducha o de baño en envases de 200 ml. ya que es más popular las pastillas de jabón, y son poco comunes los envases de 1 litros en venta al

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

por menor. Es precisamente este subsector, el de los jabones y aseo personal el que sigue a los champúes en cuanto a la cuota de mercado de producción, con un 17% en 2006.

La presencia de empresas locales destacan sobre todo en el sector de los productos infantiles y la laca de uñas, así como en colonias y perfumes. Aparte de las marcas locales, la copia de marcas internacionales constituye una práctica habitual en el mercado turco.

Una marca importante es Flormar, una empresa turca con casi 30 años operando en el mercado de los cosméticos, con una amplia gama de productos desde esmalte de uñas, productos del cuidado de la piel hasta cosméticos como máscara de pestañas y sombras de ojos. Esta marca ha sido una de las preferidas de las turcas por sus bajos costes. Sin embargo toda la materia prima se importa desde países de la Unión Europea. Sin embargo, el creciente y cada vez más frecuente incremento del poder adquisitivo de las mujeres que se incorporan a la vida laboral en ciudades como Estambul, Izmir o Ankara, usan marcas de primera línea, de renombre internacional, de precio elevado y no al alcance de cualquier bolsillo.

### 3. IMPORTACIONES

#### Estadísticas

Atendiendo a las estadísticas de importación y exportación de Turquía con el resto del mundo y el comercio bilateral existente con España, utilizando las partidas 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401, podemos extraer las siguientes conclusiones:

#### - Importaciones turcas del resto del mundo

Respecto de las importaciones de Turquía con el resto del mundo, se observa un desarrollo positivo de sus importaciones, tanto en valor como en cantidad. Sin embargo, el aumento del valor expresado en dólares, es mucho mayor, por lo que la conclusión que se puede extraer es que importan productos cada vez más caros y con mayor valor añadido. La partida de mayor peso es la 3304, que corresponde a las de preparaciones de belleza y maquillaje, por un valor de casi 115 millones de dólares en 2005, a ésta le sigue la partida 3305, que son preparaciones para el cabello, por un valor de algo más de 90 millones de dólares. La partida con menor peso es la 3401 de jabones, representando algo menos de 8 millones de dólares.

#### 33.01 Importaciones Turcas Del Resto Del Mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$5,304,737	425,245	425,245
2003	\$5,891,249	414,529	414,529
2004	\$7,735,106	575,42	575,42
2005	\$8,478,644	604,16	604,16
2006	\$2,895,388	211,529	211,529
Fuente: Comtrade			

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

### 33.03 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$31,299,072	20,982,854	20,982,854
2003	\$35,847,016	16,698,763	16,698,763
2004	\$34,164,514	1,540,344	1,540,344
2005	\$43,811,803	2,372,135	2,372,135
2006	\$21,941,811	792,775	792,775
Fuente: Comtrade			

### 33.04 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$47,240,458	4,540,111	4,540,111
2003	\$70,245,444	5,687,400	5,687,400
2004	\$100,463,334	7,906,807	7,906,807
2005	\$114,841,753	7,738,209	7,738,209
2006	\$101,314,294	5,991,136	5,991,136
Fuente: Comtrade			

### 33.05 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$48,144,039	17,544,971	17,544,971
2003	\$59,177,237	18,181,390	18,181,390
2004	\$81,315,563	23,991,249	23,991,249
2005	\$90,915,318	27,364,682	27,364,682
2006	\$51,367,640	8,734,079	8,734,079
Fuente: Comtrade			

### 33.06 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
----------------	------------------------	----------------------	----------------------------------

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

2002	\$12,520,485	3,942,187	3,942,187
2003	\$16,111,902	4,595,513	4,595,513
2004	\$19,921,480	4,883,285	4,883,285
2005	\$24,429,370	6,238,873	6,238,873
2006	\$7,627,675	702,315	702,315
Fuente: Comtrade			

### 33.07 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$25,095,884	7,858,815	7,858,815
2003	\$31,126,158	11,124,713	11,124,713
2004	\$40,795,364	8,037,812	8,037,812
2005	\$48,338,087	9,155,304	9,155,304
2006	\$19,139,184	2,857,095	2,857,095
Fuente: Comtrade			

### 34.01 Importaciones turcas del resto del mundo

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$4,985,176	2,619,018	2,619,018
2003	\$6,894,664	3,020,585	3,020,585
2004	\$8,645,435	3,361,606	3,361,606
2005	\$7,952,309	2,946,664	2,946,664
2006	\$2,205,622	394,546	394,546
Fuente: Comtrade			

#### - Exportaciones españolas

Centrándonos en las importaciones turcas procedentes de España, los productos que más exportamos a Turquía son preparaciones para el cabello (3305), por algo más de 6 millones de dólares; le sigue en importancia los maquillajes (3304) y perfumes (3303) con 4,4 y 4 millones de dólares respectivamente. Sin embargo, los productos de higiene bucal (3306) es la



## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

partida menos importante para las exportaciones españolas, no llegando a los 34 mil dólares en 2005.

### 33.01 Importaciones turcas desde España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$458,714	35,921	35,921
2003	\$571,393	34,94	34,94
2004	\$894,145	42,514	42,514
2005	\$685,724	33,229	33,229
2006	\$36,869	7,165	7,165
Fuente: Comtrade			

### 33.03 Importaciones turcas desde España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$618,937	30,369	30,369
2003	\$1,115,048	49,007	49,007
2004	\$3,180,572	126,808	126,808
2005	\$4,091,323	250,34	250,34
2006	\$2,515,409	146,838	146,838
Fuente: Comtrade			

### 33.04 Importaciones turcas de España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<i>Cantidad Comercial</i>
2002	\$1,461,499	482,784	482,784
2003	\$2,771,651	726,519	726,519
2004	\$4,213,095	813,872	813,872
2005	\$4,466,594	794,414	794,414
2006	\$4,224,104	719,207	719,207
Fuente: Comtrade			

### 33.05 Importaciones turcas de España

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$2,421,188	566,873	566,873
2003	\$3,323,663	658,103	658,103
2004	\$5,639,113	880,9	880,9
2005	\$6,142,892	967,784	967,784
2006	\$3,085,153	402,055	402,055
Fuente: Comtrade			

### 33.06 Importaciones turcas de España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$9,535	180	180
2003	\$6,293	300	300
2004	\$25,004	824	824
2005	\$33,591	1,425	1,425
2006	\$103,324	4,348	4,348
Fuente: Comtrade			

### 33.07 Importaciones turcas de España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$813,639	126,981	126,981
2003	\$1,862,874	357,601	357,601
2004	\$3,245,584	417,335	417,335
2005	\$2,483,436	324,08	324,08
2006	\$1,147,656	166,064	166,064
Fuente: Comtrade			

### 34.01 Importaciones turcas de España

<i>Período</i>	<i>Valor Comercial</i>	<i>Peso Neto(kg)</i>	<b><i>Cantidad Comercial</i></b>
2002	\$51,880	34,367	34,367

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

2003	\$286,725	121,308	121,308
2004	\$186,857	104,734	104,734
2005	\$452,377	238,99	238,99
Fuente: Comtrade			

### - Exportaciones turcas

En cuanto a las exportaciones de Turquía al resto del mundo destaca el progreso de las mismas desde el año 2002 hasta el 2005, en la que se han duplicado sus valores e incluso en el caso de 3307, productos para el afeitado, su valor se ha multiplicado por más de 4 veces en ese período que mencionamos, pasando de 20 a 92 millones de dólares.

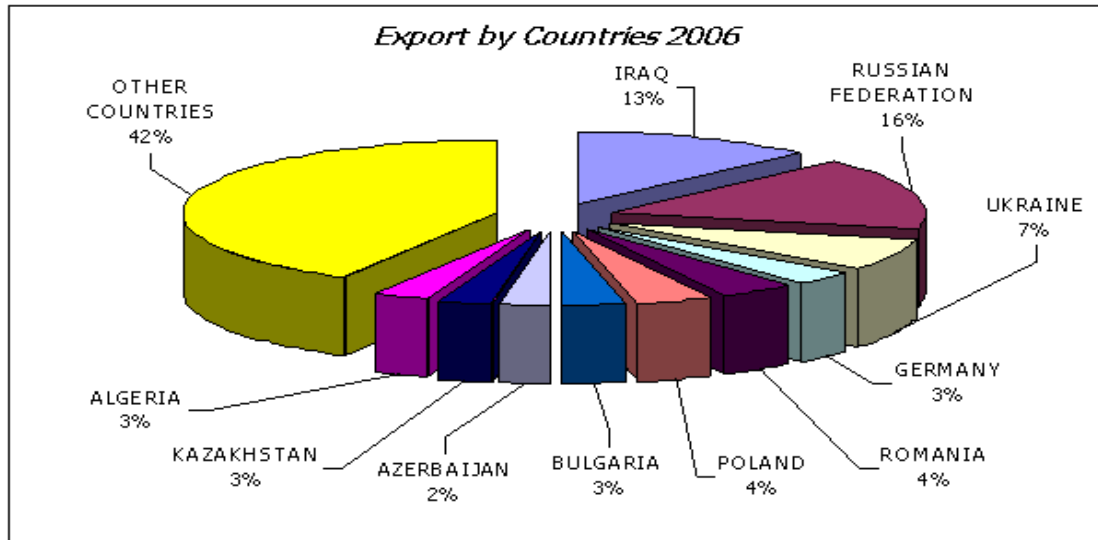
Si comparamos entonces las partidas y el movimiento importación y exportación de Turquía con el resto del mundo, es netamente importador en todas las partidas analizadas, a excepción de la 3307 y 3401, que corresponden a productos para el afeitado y jabones, en las que Turquía exporta. En el caso de los productos para el afeitado, las exportaciones cuentan con un valor de más de 90 millones de dólares frente a los 48 millones que importa; esta diferencia es aún mayor en el caso de los jabones, mientras que exporta por valor de 213 millones dólares, tan sólo importa algo menos de 8 millones de dólares.

### Total Exports of Volatile Oils, Perfumery and Cosmetics

Years	Exports (million \$)	Change (%)
2002	246,4	-
2003	329,3	33,7
2004	399,9	21,4
2005	470,2	17,6
2006	556,8	18,4
2002 - 2006		125,9

*Export by Countries in Cosmetics Sector*

COSMETICS EXPORTS OF TURKEY BY COUNTRIES				
#	COUNTRY	2005 (\$)	2006 (\$)	Change %
1	IRAQ	58.978.514	81.380.625	37,98
2	RUSSIAN FEDERATION	73.905.397	81.032.976	9,64
3	UKRAINE	34.352.347	40.800.117	18,77



*Export by Product Groups in Cosmetics Sector*

COSMETICS EXPORT BY PRODUCT GROUPS				
#	PRODUCT GROUPS	2005 (\$)	2006 (\$)	change %
1	PARFUMES & TOILET WATERS	20.629.047	21.105.364	2,31
2	PERSONAL DEODORANTS AND ANTIPERSPIRANTS	26.500.681	29.497.250	11,31
3	MAKE-UP PRODUCTS	29.931.888	41.262.268	37,85
4	SHAMPOOS & HAIR PRODUCTS	53.509.314	69.422.800	29,74
5	TOOTH PASTE & DENTAL CARE PRODUCTS	23.886.191	30.199.076	26,43
6	SHAVING PRODUCTS	28.907.826	28.242.161	-2,30
7	BATH SALTS & PREPERATIONS	37.583.183	48.547.965	29,17
8	SOAPS	213.402.476	250.387.459	17,33
9	BODY & SKIN CARE	9.866.624	9.143.757	-7,33
10	ESSENTIAL OILS	14.868.421	14.842.492	-0,17
	OTHER	11.071.941	14.142.052	27,73
	<b>TOTAL</b>	<b>470.157.592</b>	<b>556.792.644</b>	<b>18,43</b>

## IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

### FACTORES SOCIALES:

- El aumento del nivel de vida en Turquía y mayor poder adquisitivo: el aumento del PIB en Turquía, a 8%, 7% y 5,8% en los últimos años, han permitido un aumento en los estándares de vida de los turcos. Esto permite que dediquen mayor parte de su presupuesto a productos cosméticos.
- Una mayor preocupación por la imagen y apariencia física: tradicionalmente las mujeres eran las que se preocupaban más por el cuidado de su imagen, adquiriendo especialmente productos para el cuidado del cabello (moda de melenas extralargas) y maquillajes. Sin embargo, en los últimos años han aparecido en el mercado productos para el sector masculino, ya que éstos muestran cada vez mayor preocupación por su apariencia física, adquiriendo productos para antes y después del afeitado, cremas faciales y perfumes. Por ejemplo, aumentaron la venta de productos anti-arrugas.
- Aumento del número de mujeres que se incorporan al mundo laboral: provocando el aumento del poder adquisitivo de éstas y también de este modo, se preocupan por su imagen más.
- Gran número de población joven en Turquía, seguidora de tendencias, moda, estilo y cuidados personales.
- Aumento de la población urbana: el flujo de población de las zonas rurales a las grandes zonas urbanas de Turquía, también está relacionado con el aumento de la adquisición de productos para el cuidado personal, ya que se sigue las tendencias de una imagen más urbana.

Por otro lado el sector turco de la cosmética es netamente importador. Entre el 80-85% del consumo turco proviene de las importaciones. El principal cliente son las mujeres, especialmente en las grandes ciudades donde son más occidentalizadas, se han incorporado a la vida laboral y ha aumentado su poder adquisitivo. Y no sólo ellas compran productos para su propio consumo, si no que también compran estos productos para el resto de la familia. Aunque los hombres cada vez representan un grupo cada vez más importante de consumo, interesándose cada vez más por el cuidado personal y su imagen y apariencia.

Gracias a la publicidad y al aumento del poder adquisitivo, el precio ya no es sólo el principal criterio de compra y la marca, la imagen y el producto han cobrado mucha importancia en el

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

sector turco. La publicidad también ha tenido otros efectos, como es el impulso del consumo de cosméticos en las zonas rurales, por lo que se abren las posibilidades de un gran potencial de mercado.



ICEX

## V ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Es un factor decisivo y de dura negociación. Las ventas dependen en gran parte del crédito que el exportador esté de acuerdo a conceder. Por ello para promocionar se recomienda dar ventajas financieras.

El regateo en las negociaciones suele oscilar entre 5-10%, dependiendo del tipo de producto y condiciones de venta. Además del descuento, se incluye condiciones de pago que tienen en cuenta las altas tasas de inflación del país. En las primeras negociaciones se recomienda un crédito documental confirmado e irrevocable.

En cuanto a la posición en precios de los productos cosméticos en Turquía, se puede apreciar lo siguiente:

Marcas locales: con precios muy asequibles, con un target muy amplio, de calidad baja – media, sobre todo presente en esmaltes de uñas, colonia de limón, polvos sueltos y compactos, lápices de ojos, etc.

Marcas internacional con joint ventures con empresas locales: están presentes en todos los sectores, desde el champú hasta las cremas antiarrugas. Ofrecen calidad en sus productos, alto valor añadido, con una fuerte política de comunicación por parte de las multinacionales a nivel mundial. Los precios son altos. Si se compara con el mismo producto en España, la diferencia de precios puede llegar a un 30% más caro que en nuestro país.

Marcas exclusivas de lujo: de altísima calidad y muy específicas. Dirigidas a un target muy reducido de altísimo poder adquisitivo y con una distribución muy selecta, como en Harvey Nichols o Beymen, que son superficies de lujo. Los precios de productos comercializados en estas tiendas varían desde las 150ytl de cremas antiarrugas hasta algunas que pasan las 1000 y 1500ytl.

## VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El problema fundamental de las marcas y los productos de perfumería españoles en Turquía es, como en otros muchos sectores, la falta de imagen país, o la percepción de los productos franceses o italianos como de mayor calidad o prestigio. La clave es que el perfume español, simplemente, no está presente en el mercado turco. La imagen general de las marcas españolas es muy débil, y son prácticamente desconocidas. En el caso de los empresarios, existe una baja fidelidad de marca por los productos de esta índole. En el caso de los consumidores, estos tienden a reconocer las marcas que son publicitadas extensivamente, ninguna de las cuales es española.

España sin embargo no es un país desconocido para los turcos. Es más, existe un gran interés por la cultura y la lengua española y cada año se multiplica el número de personas que estudian español en el Instituto Cervantes.

En el sector de la moda, gracias a marcas como Zara, Mango o Camper, y al interés de la industria turca por las marcas de diseñadores españoles, España está adquiriendo paulatinamente una imagen positiva de diseño y calidad. Puede que los turcos no perciban el producto español tan lujoso como el francés o con el diseño del italiano, pero tienen la imagen de un producto de calidad a precios competitivos. Esto puede beneficiar en el futuro al sector que nos ocupa. Resulta fundamental ligar el producto con una imagen diferente, un carácter asociado que pueda atraer al consumidor. Prestar especial atención al empaquetado y el envase para hacerlo más atractivo a los locales es también muy importante. Tradicionalmente, el consumidor turco prefiere perfumes en envases más pequeños, y embalajes cuidados que le confieran una mayor sensación de lujo y calidad al producto. Las marcas desconocidas que quieren introducirse en el mercado, para competir con las de gran renombre internacional, se promocionan en revistas de belleza o en televisión.



## VII. DISTRIBUCIÓN

Existen diferentes canales de distribución que atienden a los distintos segmentos de población:

En primer lugar están los pequeños comercios, tipo ultramarino, muy extendido tanto en las ciudades como en las zonas rurales de Turquía. En estos lugares se encuentran productos fabricados localmente, tanto por multinacionales que han entrado con joint venture con empresas locales y por empresas turcas.

En segundo lugar están las grandes cadenas de supermercados. Éstos cuentan con sus sistemas logísticos propios y son lugares preferentes para emplazar la oferta importada, ya que a ellos acuden compradores con poder adquisitivo medio/alto y alto. Estos consumidores también son más exigentes.

También se pueden encontrar cadenas de tiendas y grandes superficies como, Beymen o Vakko, y algo más moderado de precios Boyner, Debenhams y YKM, que tienen su propio departamento de cosméticos donde se pueden encontrar marcas conocidas mundialmente como Estée Lauder, Christian Dior, Lancôme, Clinique, Guerlain, La Prairie, Shiseido y Chanel.

Hay cadenas de tiendas sólo de cosméticos como Watson's que además de vender productos de su propia marca, también comercializan productos de otras marcas.

Aparte de estas grandes superficies, existen otros puntos de venta con marcas más económicas y modestas que se venden en Migros, Carrefour y otros Hipermercados y farmacias.

Junto a las tiendas de cosméticas, existen además dos marcas que no se venden en tiendas, sino que se ofrece la venta directa al cliente como son Avon y Oriflame.

Por último, otros lugares donde se venden artículos para el cuidado y la higiene personal son las farmacias y boutiques. En estos lugares no sólo se venden productos de tratamiento, sino que también son lugares que recogen la oferta habitual de productos de las multinacionales así como de productores locales y, en el caso de las boutiques, de productos importados.

## VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Una forma de entrada bastante común al mercado turco ha sido el acuerdo de *joint venture* por parte de multinacionales con empresas locales, así aprovechando sinergias, infraestructuras, canales y experiencias por ambas partes.

La entrada de productos de cosmética a Turquía no es complicada para los productos procedentes de la UE.

Además de los documentos exigidos en las aduanas con carácter general, se requieren, para 3301, 3304 y 3401:

- Certificado de Análisis
- Certificado de Conformidad para medicinas, cosméticos y bienes para su producción.
- Permiso para importar medicinas, cosméticos y bienes para su producción sin evaluación de conformidad.

El certificado de análisis y certificado de conformidad para bebidas alcohólicas para 3303.

Sin ningún requerimiento especial para las partidas 3305, 3306 y 3307.

El desglose de impuestos que deben satisfacerse por partidas son los que se detallan a continuación:

33.01: el impuesto arancelario es 0% para los productos procedentes de la UE y un 18% de IVA.

33.03: el arancel es 0%. Existe un impuesto especial de consumo del 20% sobre el valor de aduana para los perfumes en concreto pero no para la colonia, además un 18% de IVA.

33.04: el arancel es 0% para esta partida. Se debe satisfacer el impuesto especial de consumo del 20% del valor de aduana y el 18% de IVA.

33.05: en términos generales el arancel es del 0%. El impuesto especial de consumo del 20% se extiende a casi todos los productos bajo esta partida, con algunas excepciones como las del champú.

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

33.06: en términos generales para los productos englobados en esta partida, el arancel es 0% para los productos procedentes de la UE y sólo deben satisfacer adicionalmente el 18% de IVA.

33.07: el arancel es 0% para los productos procedentes de la UE y para el resto del 6,5%. Esta partida tiene impuesto especial de consumo del 20% del valor de aduana y el IVA es del 18%.

34.01: el arancel es 0% para los productos de la UE y el IVA es del 18%.

The logo for ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) is centered within a large, light gray rectangular frame. The word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, with the letters in a light gray color that matches the frame.

# IX. ANEXOS

## 1. EMPRESAS

### ADNAN AKAT KOZMETİK

**Dirección:** Rüzgarlıbahçe Cumhuriyet cad. No:81  
Kat:3 Beykoz Istanbul

**Teléfono:** (90216) 680-0260

**Fax:** (90216) 680-0260

**Productos:** Eau De Toilette, Deodorant, Hair  
Spray, Hair Mouses

**Persona de contacto:** İzzet Duru

**Email:** adnanakat1@hotmail.com; iz-  
zet@aakozmetik.com

**Web:** [www.aakozmetik.com](http://www.aakozmetik.com)

### AEROSOL VALF SANAYİ A.Ş.

**Dirección:** Geposb Gebze Plast. Org. San. Bolgesi  
7.cadde Gebze Izmit

**Teléfono:** (90262) 751-2713

**Fax:** (90262) 751-2180

**Productos:** Deodorants, Hair Sprays, Styling Mous-  
se, Shaving Foam And Jel, Air Fresh-  
eners, Insecticides, Household Productos

**Persona de contacto:** Serhat

**Email:** ayse.bicakli@avlcoster.com

**Web:** [www.avlcoster.com](http://www.avlcoster.com)

### AKAT KOZMETİK SAN. VE TİC. AŞ.

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

**Dirección:** San-Bir Bulvarı 4. Bolge 11.Cadde No:77  
B.Cekmece Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 886-6344

**Fax:** (90212) 886-7179

**Productos:** Body Spray Deodorant , Edt , Hair Spray ,  
Hair Mousse , Shaving Foam , Air Fres-  
hener , Air Perfume , Auto Turbo Silicone

**Persona de contacto:** Serhat Dicle

**Email:** serhat@akatzkozmetik.com.tr

**Web:** [www.akatzkozmetik.com.tr](http://www.akatzkozmetik.com.tr)

### ATAK FARMA KOZMETİK VE KİMYA AŞ.

**Dirección:** Fulya Mah. Akıncı Bayırı Sok. Kesmen  
Han. No:2/7 Mecidiyeköy Istanbul

**Teléfono:** (90212) 275-0282

**Fax:** (90212) 288-9430

**Productos:** Edt,Deo,Perfume,Body Spray

**Persona de contacto:** Gabi Saul

**Email:** suzancandas@atakfarma.com

**Web:** [www.atakfarma.com](http://www.atakfarma.com)

### ATAMAN İLAÇ KOZMETİK KİMYA SAN.TİC.LTD.ŞTİ.

**Dirección:** Yeni Londra Asfaltı Y. Ayazma yolu Yeşil  
Plaza Kat:6 Topkapı İstanbul

**Teléfono:** (90212) 449-3500

**Fax:** (90212) 449-3522

**Productos:** Wet Wipes

**Persona de contacto:** Hakan Gündüz

**Email:** hgunduz@unibaby.com.tr

**Web:** [www.uni.com.tr](http://www.uni.com.tr)

### ATOMIZER KOZMETİK TURZ. VE YAPI SAN.TİC.AŞ

**Dirección:** Cumhuriyet Mah. Kurdan Sok. No:1 Um-  
raniye Istanbul

**Teléfono:** (90216) 316-7127

**Fax:** (90216) 316-7162

**Productos:** Color Cosmetics

**Persona de contacto:** Engin Varis

**Email:** gsesen@kajal.com.tr

**Web:** [www.atomizer.com.tr](http://www.atomizer.com.tr)

#### ATT MEDİKAL ESTETİK KOZMETİK

**Dirección:** Yüksel Cad. 36/6 Kızılay İstanbul

**Teléfono:** (90312) 430-0272

**Fax:** (90312) 432-0571

**Productos:** Skin Care And Analysis Systems, Epilation Systems, Slimming And Anti-Cellulite Systems

**Persona de contacto:** Ethem Ceylan

**Email:** ethemceylan@att.com.tr

**Web:** [www.att.com.tr](http://www.att.com.tr)

#### BES COM ULUSLARASI İTH.İHR.TİC.LTD.ŞTİ

**Dirección:** Pelitli Koyu yolu üzeri 41400 Gebze Kocaeli Turkey

**Teléfono:** (90262) 751-1040

**Fax:** (90262) 751-1041

**Productos:** Naturel, Herbal And Olive Oil Soaps

**Persona de contacto:** Nil Yumer

**Email:** besmetalyumer@superonline.com

**Web:**

#### DALİZE KOZMETİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

**Dirección:** Eski Izmit yolu üzeri Dostlar Cad. Pelitli Gebze Kocaeli

**Teléfono:** (90262) 751-2530

**Fax:** (90262) 751-2534

**Productos:** Deodorant – Body Spray, EDT Perfume, Hair Products, Air Fresheners,

**Persona de contacto:** Oktay Orday

**Email:** zelal@matsan.net; oktay@dalize.net

**Web:** [www.dalize.net](http://www.dalize.net)

### DENGE COSMETICS

**Dirección:** Tuzla Kimya San.Organize San. Blg. E-1  
Blok Tuzla 34956 Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90216) 593-0909

**Fax:** (90216) 593-0901

**Productos:** hair gel, hair brilliantine, hair spray, hair  
mousse, shaving foam, after shave balm,  
after shave cologne, shampoo, shower  
gel, hand&body cream

**Persona de contacto:** Dariya Kaya

**Email:** d.kaya@dngcosmetics.com

**Web:** [www.fixegoiste.com](http://www.fixegoiste.com)

### FULYA KOZMETİK ISLAK MENDİL ÜRETİM LTD.

**Dirección:** M.K. Pasa Mah. Nebioglu Sok. Kıran Is  
merkezi No:8 Sefakoy Istanbul

**Teléfono:** (90212) 424-4436

**Fax:** (90212) 424-0349

**Productos:** Wet Wipes

**Persona de contacto:** Dilek Topcu

**Email:** fulya@fulyakozmetik.com.tr

**Web:** [www.fulyakozmetik.com.tr](http://www.fulyakozmetik.com.tr)

### GATA KİMYA KOZMETİK SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ.

**Dirección:** 106/4 Sok. No:34 Isikkent Izmir

**Teléfono:** (90232) 437-0500

**Fax:** (90232) 437-0400

**Productos:** Air Fresheners, Body Spray, Shaving  
Foams, Hair Sprays, Hair Foams

**Persona de contacto:** Özlem Karacaoğlu

**Email:** ozlemk@gatakimya.com

**Web:** [www.gatakimya.com](http://www.gatakimya.com)

### GOLD KİMYA ÜRÜNLERİ ÜRETİM VE PAZARLAMA A.Ş.

**Dirección:** Merkez Mah. Kavak Sok. No:28 Yenibos-  
na Istanbul

**Teléfono:** (90212) 639-3404

**Fax:** (90212) 452-8894

**Productos:** Shoe Care Productos; Cream & Liquid Shoe Polish, Cleaning & Shining Sponges, Brushes, Aerosole Sprey Polish For Suede & Nubuck Shoes, Shoe Deo, Water Stop, Etc.

**Persona de contacto:** Murat Yabas

**Email:** yabas@goldkimya.com

**Web:** [www.goldkimya.com](http://www.goldkimya.com)

### GÜLÇİÇEK KİMYA VE UÇANYAĞLAR SAN. VE TİC.AŞ.

**Dirección:** Cendere Yolu No:15 Ayazağa Istanbul

**Teléfono:** (90212) 289-0610

**Fax:** (90212) 289-0625

**Productos:** Fragrance oils and potpourris

**Persona de contacto:** Sabi Polikar

**Email:** info@gulcicek.com

**Web:** [www.gulcicek.com](http://www.gulcicek.com)

### GÜLER ELEKTRONİK,KOZMETİK,KİMYA SAN.VE TİC.

**Dirección:** Miralay Nazımbey Cad. Incebel Sok. No:7 Kucukmustafa Pasa Fatih Istanbul

**Teléfono:** (90212) 631-6937

**Fax:** (90212) 532-9747

**Productos:** Air Fresheners, Automatic Spray Dispensers, Automatic Soap Dispenser, Liquid Soap, Micro Sprays And Refills, Insecticide, Multi Spray

**Persona de contacto:** Elcin Han

**Email:** elcin@gulerelektronik.com

**Web:** [www.gulerelektronik.com](http://www.gulerelektronik.com)

### HEDEF KİMYA SANAYİ VE TİC. AŞ.

**Dirección:** Yıldıztepe Mevkii Fevzi Çakmak Cad. No:62 Kiraç Istanbul

**Teléfono:** (90212) 886-7556

**Fax:** (90212) 886-7552



**Productos:** Shoe Polish&Leather Care Productos And Cosmetics

**Persona de contacto:** Can Sesigur

**Email:** sales@ugurlukimya.com

**Web:** [www.ugurlukimya.com](http://www.ugurlukimya.com)

#### HIDRA IC VE DIS TIC. LTD. STI

**Dirección:** Tarabya Ferahevler Mah. Vatan  
Cad.Kaymak Sok.No:18/B Sariyer Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 299-0820

**Fax:** (90212) 262-8301

**Productos:** Personal Care Productos

**Persona de contacto:** Mustafa Vural

**Email:** mustafa@vrl.gen.tr

**Web:**

#### HOBİ KOZMETİK AŞ

**Dirección:** Inonu Mah. Ulusu Cad. No:135 Kayisdagi  
Istanbul

**Teléfono:** (90216) 576-9090

**Fax:** (90216) 576-6613

**Productos:** Hair styling, Hair care, Skin care,  
Bath&Shower

**Persona de contacto:** Hakan Konaklı

**Email:** hakan.konakli@hobikozmetik.com

**Web:** [www.hobikozmetik.com.tr](http://www.hobikozmetik.com.tr)

#### HUNCA KOZMETİK SAN.A.Ş

**Dirección:** Hunca Sok. No:12 Bahcekoy Sariyer Istanbul

**Teléfono:** (90212) 226-1083

**Fax:** (90212) 226-3213

**Productos:** Deodorants, Edt's, Roll-Ons, Hair Care Productos, Colored Cosmetics

**Persona de contacto:** Mustafa Kurfeyz

**Email:** export@hunca.com.tr

**Web:** [www.hunca.com.tr](http://www.hunca.com.tr)

### KARDEŞLER UÇAN YAĞLAR SAN.A.Ş

**Dirección:** G.E.P.O.S.B Atatürk Blv. 4.Cad. 42.Sokak  
41400 Gebze Kocaeli Turkey

**Teléfono:** (90262) 751-2930

**Fax:** (90262) 751-2927

**Productos:** Hygienic Productos(Wet Wipes)

**Persona de contacto:** Huseyin Senoz

**Email:** huseyin.senoz@freshnsoft.com

**Web:** [www.freshnsoft.com](http://www.freshnsoft.com)

### KOMET KOZMETİK SAN TİC.LTD. ŞTİ.

**Dirección:** Bayraktar Bulv. Garip Sok. No:38  
Y.Dudullu Ümraniye İstanbul

**Teléfono:** (90216) 313-9015

**Fax:** (90216) 313-3820

**Productos:** Colour Cosmetics,

**Persona de contacto:** Ali Emre Zor

**Email:** info@kometkozmetik.com.tr

**Web:** [www.kometkozmetik.com.tr](http://www.kometkozmetik.com.tr)

### KOPAŞ KOZMETİK PAZ. VE SAN.A .Ş

**Dirección:** Ayazaga Mah.Eski Buyukdere Cad. Oycan Pla-  
za No:15 Maslak Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 365-1878

**Fax:** (90212) 276-1110

**Productos:** Baby Care Productos,Color Cosmet-  
ics,Edt/Perfumes,Deodorants,Hair  
Dyes,Personal Care,Shampoos

**Persona de contacto:** Asım Karscakar

**Email:** akarscakar@kopas.com.tr;iokan@kopas.com.tr

**Web:** [www.kopas.com.tr](http://www.kopas.com.tr)

### KOSAN KOZMETİK PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.

**Dirección:** Gebze Organize San. Bolg. Ihsan Dede  
Cad. No:133 Gebze İzmit

**Teléfono:** (90262) 751-0333

**Fax:** (90262) 751-3822

**Productos:** various colored cosmetics, cosmetic goods for make up and skin care Productos

**Persona de contacto:** Cem Erte

**Email:** cem@flormar.com

**Web:** [www.flormar.com](http://www.flormar.com)

### KOZ-AK KOZMETİK LTD. ŞTİ.

**Dirección:** Denizkoskler Mah. Zafer Cad. Iyıbas Sok. NO:20/a Avcılar Istanbul

**Teléfono:** (90212) 593-1333

**Fax:** (90212) 509-3126

**Productos:** Perfumes Edt,Deodorants,Baby Cologne

**Persona de contacto:** Mehmet Kişioğlu

**Email:** mkisioglu@kozakcosmetic.com

**Web:** [www.kozakcosmetic.com](http://www.kozakcosmetic.com)

### KOZA-PACK KOZMETİK AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş

**Dirección:** Plastikçiler Organize San. Bölgesi Balçık yolu üzeri Gebze-İzmit

**Teléfono:** (90262) 751-3300

**Fax:** (90262) 751-3333

**Productos:** Cosmetics Packaging Productos

**Persona de contacto:** Murat Cakıcı

**Email:** raife.cakici@kozapack.com

**Web:** [www.kozapack.com](http://www.kozapack.com)

### LİDER KOZMETİK SAN VE TİC LTD ŞTİ.

**Dirección:**

**Teléfono:** (90216) 394-1635

**Fax:** (90216) 394-0625

**Productos:** Air Freshener,Deodorants,Perfumes,Hair Spray,Shaving Foam,Babay Cologne,Window Cleaner

**Persona de contacto:** Saygın Jasim Akcay

**Email:** semra.gunes@liderkozmetik.com

**Web:** [www.liderkozmetik.com](http://www.liderkozmetik.com)

**LOTUS AYDINLATMA SANAYİ VE DIŞ TİC.LTD ŞTİ.**

**Dirección:** Ali Rıza Gürçan Cad. Cırpıcı yolu Meridyen  
İs Merk. K.5 No:523/524 Merter İstanbul

**Teléfono:** (90212) 482-3228

**Fax:** (90212) 482-3480

**Productos:** Shampoos

**Persona de contacto:**

**Email:** info@lotuscosmetic.com

**Web:** [www.lotuscosmetic.com](http://www.lotuscosmetic.com)

**MONNA KİMYA VE KOZMETİK SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ**

**Dirección:** Mermerciler San. Sit. 8. cad No:34 Yaku-  
plu İstanbul

**Teléfono:** (90212) 876-6435

**Fax:** (90212) 876-6454

**Productos:** Color Cosmetics

**Persona de contacto:** Burak Tangulu

**Email:** burak@monna.com.tr

**Web:** [www.monna.com.tr](http://www.monna.com.tr)

**MORS COSMETICKS INDUSTRY INC.**

**Dirección:** Nazmi Akbacı Ticaret Merkezi No:159  
Maslak İstanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 286-1025

**Fax:** (90212) 286-1026

**Productos:** Perfumes

**Persona de contacto:** Sait Efendi Kartop

**Email:** sait@morscosmetics.com

**Web:** [www.morscosmetics.com](http://www.morscosmetics.com)

**ODAK KOZMETİK SAN. TİC. AŞ.**

**Dirección:** Odak Plaza Bayar Cad. Şehit Mehmet Fa-  
tih Ongul Sok. No:5 Kozyatagı İstanbul

**Teléfono:** (90216) 445-8400

**Fax:** (90216) 445-8403

**Productos:** Mascara, Lipstick, Foundation, Make Up  
Pencil, Nail Polish

**Persona de contacto:** Ekrem Sümeralp

**Email:** esumeralp@odakcosmetics.com

**Web:** [www.odakcosmetics.com](http://www.odakcosmetics.com)

#### OKYANUS KİMYA HIRDAVAT ELK. EL ALET VE ELEK.MLZ. İTH. İHR. LTD.

**Dirección:** Atatürk San. Bolg. Alpaslan Cad. No:6  
Hadımköy İstanbul

**Teléfono:** (90212) 771-1552

**Fax:** (90212) 771-3934

**Productos:** Hair Products, Shaving Foams, Body  
Sprays, Air Fresheners

**Persona de contacto:** Mehmet Fevzi Elitez

**Email:** info@okyanuskimya.com.tr;  
b.ramazanoglu@kozapack.com

**Web:** [www.okyanuskimya.com.tr](http://www.okyanuskimya.com.tr)

#### PERAJA İLERİ KİMYA SAN.A.Ş.

**Dirección:** Londa Asfaltı Hacer Hanım Sok. No:2  
Bahçelievler İstanbul

**Teléfono:** (90212) 441-4242

**Fax:** (90212) 441-5364

**Productos:** Perfume, Edt, Deodorant, Cologne, Roll-  
On, Liquid Soap, Shampoo, Hair Condi-  
tioner, Hair Gel, Shower Gel

**Persona de contacto:** Altan Eplek

**Email:** aleplek@pereja.com.tr

**Web:** [www.pereja.com.tr](http://www.pereja.com.tr)

#### REBUL KOZMETİK SAN. VE TİC. A.Ş.

**Dirección:** Adnan Saygun Cad. Pelin Apt. A Blok  
D:10 Ulus İstanbul

**Teléfono:** (90212) 263-0230

**Fax:** (90212) 263-0230

**Productos:** Eau De Toilette , Eau De Cologne , Eau  
De Parfum , Deodorand , Spa Productos

**Persona de contacto:** Kerim Muderrisoglu

**Email:** cemenzar18@yahoo.de

**Web:** [www.rebul.com](http://www.rebul.com)

### SAPRO TEMİZLİK ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

**Dirección:** Ortaköy Sanayi Bulv. No:23/2 Ortaköy Sivilivri Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 744-8222

**Fax:** (90212) 744-8213

**Productos:** Wet Wipes, Make Up Cleaning Wipes, Window Cleaning Wipes

**Persona de contacto:** Yalgin Ornek

**Email:** yalgin@tetrasa.com

**Web:** [www.sapro.com.tr](http://www.sapro.com.tr)

### SEN-PA PLASTİK EŞYA VE KALIP İM. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ

**Dirección:** Oto San. Sit. Celik Sok. Rehber Is Merkezi No:61/2 4. Levent Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90212) 268-4769

**Fax:** (90212) 270-2246

**Productos:** Medical and Cosmetics Plastic Packaging

**Persona de contacto:** Selim Oguzlu

**Email:** tufanguler@sen-pa.com

**Web:** [www.sen-pa.com](http://www.sen-pa.com)

### SHADIA KİMYA KOZMETİK SAN. VE DİŞ TİC. LTD.ŞTİ.

**Dirección:** Kiraçkoy Merkez Mah. Cumhuriyet Cad. Duygu Sok. No:17 B.cekmece Istanbul

**Teléfono:** (90212) 689-1216

**Fax:** (90212) 689-3438

**Productos:** Decorative Cosmetics ( Make-Up Cosmetics) - Lipsticks, Nail Polishes, Nail Care, Lipglosses, Cream Foundation, Powders, Eyeshadows, Cosmetic Pencils, Blush On

**Persona de contacto:** Svetlana Darwish

**Email:** habib.darwish@shadiacosmetics.com

**Web:** [www.shadiacosmetics.com](http://www.shadiacosmetics.com)

### SOLEY KOZMETİK A.Ş

**Dirección:** Merkez Mah.Osmanpasa Cad. 11/B  
Kagithane Istanbul

**Teléfono:** (90212) 321-2328

**Fax:** (90212) 321-1956

**Productos:** Perfumes And Deodorants

**Persona de contacto:** Zeynep Mertoglu

**Email:** beytullah@solissima.com.tr

**Web:** [www.solissima.com.tr](http://www.solissima.com.tr)

### TANALİZE KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC.AŞ.

**Dirección:** Omerli Beldesi Fabrikalar Yolu No:43  
Omerli Istanbul

**Teléfono:** (90216) 435-7033

**Fax:** (90216) 435-7670

**Productos:** Make-up Productos , wet wipes, man care, baby care, hair care, skin care, body care, sun care, oral care Productos and parfume

**Persona de contacto:** Serkan Kabakcı

**Email:** serkan@tanalize.com

**Web:** [www.tanalize.com](http://www.tanalize.com)

### TİMPA HİJ. MAD. ÜRET. TİC. LTD. ŞTİ.

**Dirección:** Eyup Sultan Mah. Ibni Sina Cad. No:16  
Samandıra Istanbul Turkey

**Teléfono:** (90216) 418-3205

**Fax:** (90216) 418-3206

**Productos:** Hygienic Paper Productos for Beauty Saloons

**Persona de contacto:** Hulusi Okcu

**Email:** timpaltd@timpaltd.com.tr

**Web:** [www.timpaltd.com.tr](http://www.timpaltd.com.tr)

### TMC ÖZSOY KOZMETİK SANAYİ VE TİC.LTD.ŞTİ.

**Dirección:** Tasdelen Beldesi Kirazlıdere Mah. Maresal  
Fevzi Cakmak Cad. Aran Sok. No:2 Um-  
raniye Istanbul

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

**Teléfono:** (90216) 621-0183

**Fax:** (90216) 621-0190

**Productos:** Edt ve Deo,Color cosmetics

**Persona de contacto:** Herman Karadere

**Email:** herman.karadere@ozsoykozmetik.com

**Web:** [www.ozsoykozmetik.com](http://www.ozsoykozmetik.com)

### UZMAN KOZMETİK KİMYA SAN VE DIS TİC LTD ŞTİ

**Dirección:** Orhanlı Beldesi Malazgirt Cad. Fındıklı sok.  
No:2 Kat:2 Tuzla Istanbul

**Teléfono:** (90216) 346-2591

**Fax:** (90216) 346-2632

**Productos:** Deodorant Body Sprays , Eau De Toilette ,  
Perfume , Deo Roll-on , Gift Sets , Sham-  
poo

**Persona de contacto:** Ferhat Terkoglu

**Email:** info@uzmancosmetic.com

**Web:** [www.uzmancosmetic.com](http://www.uzmancosmetic.com)

### ZÜMRÜT KOZMETİK SAN.KOLL.ŞTİ.

**Dirección:** Eski Oto Sanayii Yesilce Mah. Girne Cad.  
No:6 4.Levent Istanbul

**Teléfono:** (90212) 325-5200

**Fax:** (90212) 325-0347

**Productos:** Colour Cosmetics(Nail Polish,Lipstick,  
Eyesahadow,Blush-On,Terracotta,Mascara

**Persona de contacto:** Baki Ekmen

**Email:** info@zumrutkozmetik.com.tr

**Web:** [www.zumrutcosmetics.com](http://www.zumrutcosmetics.com)

## 2. FERIAS

BEAUTY EURASIA

Fecha: 14-17 de junio de 2007. 3ª Edición

Lugar: Centro de Ferias y Congresos de Tüyap

Organizadora: Ipekyolu Uluslararası Fuarçılık LTD. Şti. [www.ipekyolu.info](http://www.ipekyolu.info) ....



Productos y sectores representados: Productos de aromaterapia, productos para el cuidado infantil, accesorios de belleza, equipamiento y muebles para salones de belleza, spas y peluquerías, productos para el cuidado del cabello, productos para la higiene personal, cosméticos, productos para las uñas, productos naturales, perfumería y desodorantes, productos profesionales para salones de belleza y spas, para peluquerías, materias primas, productos dermatológicos, bienestar y spas.

### 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Beauty Forum: [www.beauty-forum.com](http://www.beauty-forum.com)

Coiffeur Magazine: [www.abonet.net](http://www.abonet.net)

#### • **Cosmetic Coiffeur**

Health and Beauty Trade Fairs Turkey

Dirección: Moda Cad. No. 180/7

81300 Moda Istanbul

Tel.: 90 216 347 77 64 – 216 347 42 78

Fax: 90 216 347 63 31

Contacto: A. Mevdudi Can

E-mail: [info@health-and-beauty.com.tr](mailto:info@health-and-beauty.com.tr)

[mevdudi.can@health-and-beauty.com.tr](mailto:mevdudi.can@health-and-beauty.com.tr)

Carácter: para profesionales del sector de peluquería

Tirada: 5.000 ejemplares

Periodicidad: 6 ediciones al año

Precio: Aprox. 2\$ (2.500.000 TRL)

#### • **Beauty Forum Edition Turkey**

Health and Beauty Trade Fairs Turkey

Dirección: Moda Cad. No. 180/7

81300 Moda Istanbul

Tel.: 90 216 347 77 64 – 216 347 42 78

Fax: 90 216 347 63 31

Contacto: A. Mevdudi Can

E-mail: [info@health-and-beauty.com.tr](mailto:info@health-and-beauty.com.tr)

[mevdudi.can@health-and-beauty.com.tr](mailto:mevdudi.can@health-and-beauty.com.tr)

Carácter: para profesionales del sector de cosmética, esteticistas, y dermatólogos.

Tirada: 2.000 ejemplares

Periodicidad: 6 ediciones al año

Precio: Aprox. 2\$ (2.500.000 TRL)

#### • **Coiffeur Magazin**

Editora: Artes Uluslarasi Yayincilik

International Publishing

Söğütluçesme Cad. A. Uzlar İş Merkezi 92/94

Kadıköy – İstanbul

Tel.: 90 0 216 414 28 34

Fax: 90 0 216 414 33 78

E-mail: [artespublish@superonline.com.tr](mailto:artespublish@superonline.com.tr)

Periodicidad: Mensual

## EL MERCADO DE LA COSMÉTICA Y LA PERFUMERÍA EN TURQUÍA

---

Precio: Aprox. 1,5\$ (2.000.000 TRL)

.

MYSELF WOMAN

Dirección: Kazım Karabekir Cad. Uğurlu İş Hanı No. 97/ 26 İskitler, 06060 Ankara, Türkiye

Tel: 903124955908

Fax: 903124955927

E-mail: [info@myselfdergisi.com](mailto:info@myselfdergisi.com)

Web: [www.myselfdergisi.com](http://www.myselfdergisi.com)

Persona de contacto: Ayla Ayten

Observaciones: Revista bimensual. Distribución: suscripción, venta directa y desde el punto de venta. Se distribuye en centros de moda, salones de belleza, peluquerías, instituciones de belleza, centros de fitness, hospitales públicos y privados, instituciones de educación del sector de la belleza y cosmética, hoteles y embajadas.....

### 4. ASOCIACIONES

TURKISH COSMETICS

Dis Ticaret Kompleksi A-Blok Cobancesme Mevkii, Sanayi Cad.

Yenibosna – Bacçhelievler / Istanbul , Turquía

Tel: +902124540000

Fax: +902124540001

E-mail: [immib@immib.org.tr](mailto:immib@immib.org.tr)

Web: [www.turkishcosmetics.org](http://www.turkishcosmetics.org)

## 5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- **Embajada de España en Turquía**

Abdullah Cevdet Sokak, 8  
066680 Çankaya - Ankara  
Tf: 90 312 438 03 92/4  
Fax: 90 312 439 51 70

- **Oficina Comercial de la Embajada de España en Ankara**

And Sokak, 8/14-15  
06680 Çankaya - Ankara  
Tel: 00 90 312 468 70 47 (pbx)  
Fax: 00 90 312 468 69 75  
E-mail: [buzon.oficial@ankara.ofcomes.mcx.es](mailto:buzon.oficial@ankara.ofcomes.mcx.es)

- **Oficina Comercial de la Embajada de España en Estambul**

Inönü Caddesi, 44  
Gümüş Konak Apt. D:9 Ayaspasa  
Estambul  
Tel: 00 90 212 251 78 88 / 249 78 72  
Fax: 00 90 212 249 64 71  
E-mail: [buzon.oficial@estambul.ofcomes.mcx.es](mailto:buzon.oficial@estambul.ofcomes.mcx.es)

ICEX