COMERCIALIZACIÓN DEL MUEBLE DE COCINA EN HUNGRÍA

ANIEME
Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España

Junio 2003

© Anieme. 2003

ÍNDICE

I.	**INTRODUCCIÓN**	**1**
II.	**PANORÁMICA DEL PAÍS**	**2**
II.1	CARACTERÍSTICAS GENERALES - INFORMACIÓN ÚTIL	2
II.2	SITUACIÓN ECONÓMICA	5
	a) Marco Macroeconómico: Principales Indicadores	5
	b) Servicios Comerciales y Bancarios	7
	c) Comercio Exterior	8
	d) Comercio bilateral Hispano-Búlgaro	11
III.	**SECTOR DEL MUEBLE**	**13**
III.1	EXPORTACIONES	13
III.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL SECTOR DEL MUEBLE	14
	III.2.1 CONSUMO Y TENDENCIAS	14
	III.2.2 IMPORTACIONES: ANÁLISIS Y PROCEDENCIA	16
IV.	**ARANCELES**	**17**
V.	**SUBSECTOR DEL MUEBLE DE COCINA**	**18**
V.1.	RELACIONES BILATERALES ESPAÑA-HUNGRÍA	18
V.2.	FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN: SUBSECTOR M. COCINA	18
VI.	**FERIAS DEL SECTOR**	**21**
VII.	**PUBLICIDAD EN EL SECTOR DEL MUEBLE**	**22**
VIII.	**MEDIOS DE TRANSPORTE**	**25**
IX.	**RESUMEN Y CONCLUSIONES**	**26**
X.	**DIRECCIONES DE INTERÉS**	**29**
X.1	DIRECCIONES DE INTERÉS EN HUNGRÍA	29
X.2	DIRECCIONES DE INTERÉS EN ESPAÑA	29
XI.	**MAPA HUNGRÍA**	**31**
XII.	**ANEXOS**	**32**
XII.1	IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE MUEBLES	32
XII.2	SUPERFICIES COMERCIALES DE MUEBLES	41
XII.3	HIPERMERCADOS DISTRIBUIDORES DE MUEBLES	**42**
XIII.	**FICHAS AGENTES VISITADOS**	**43**

© Anieme. 2003

I. INTRODUCCIÓN

ANIEME, Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España, contando con el apoyo económico de ICEX y en colaboración con la Oficina Comercial de España en Budapest, pone a disposición de los fabricantes y exportadores españoles de muebles de cocina, este informe con documentación actualizada sobre el mercado del mueble de cocina en Hungría.

El presente informe pretende aportar a los fabricantes españoles del sector, un mayor conocimiento del mercado húngaro, así como dar a conocer las posibilidades de negocio que este país ofrece dentro del sector del mueble de cocina.

Encontrarán en primer lugar información general sobre las variables socioeconómicas del país con vistas a obtener una visión global de la realidad húngara. En segundo lugar, se presenta información detallada sobre el sector del mueble en Hungría obtenida a partir de informes económicos, datos estadísticos, y de las entrevistas realizadas en el propio país con diversos importadores, distribuidores y detallistas. Las fichas elaboradas sobre la base de estas entrevistas se adjuntan como anexo al final del estudio.

El hecho de que Hungría se encuentre ya en camino de convertirse en miembro de pleno derecho de la UE, refuerza la sensación de la mayoría de los analistas los cuales coinciden en que la estabilidad económica no sólo no corre peligro de cambiar su tendencia, sino que las expectativas son francamente halagüeñas.

Budapest fue la ciudad visitada en esta ocasión para elaborar el presente informe sobre la Comercialización del Mueble en Hungría, ya que se trata de la ciudad neurálgica del país, tanto por su condición de capital como de centro de negocios.

Finalmente es importante que el lector tenga en consideración los frecuentes cambios a los que se ven sometidos los mercados, sobre todo en lo referente a las empresas, ya que estas pueden variar su actividad y línea de trabajo. Por ello, es vital el contacto directo con el mercado para conocer las novedades que se van sucediendo.

© Anieme. 2003

II. PANORÁMICA DEL PAÍS

II.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES - INFORMACIÓN ÚTIL

- **Nombre oficial:** República de Hungría
- **Nombre común local:** Magyarorszag

- **Rasgos Geográficos:** Estado de Europa central. El territorio húngaro está formado en sus tres cuartas partes por una llanura bordeada en el norte y en el oeste por alineaciones montañosas. Las del norte, y más importantes, son las últimas estribaciones de los Cárpatos eslovacos. Los ríos más importantes son el Danubio y el Theiss o Tisza.

  Países fronterizos:
  - Austria 366 km.
  - Croacia 329 km
  - Rumania 443 km.
  - Serbia y Montenegro 151 km. (con Serbia),
  - Eslovaquia 515 km.
  - Eslovenia 102 km.
  - Ucrania 103 km.

- **Clima:** El clima es continental, con una temperatura media de 12ºC, siendo el mes más frío enero (mínimas de -10ºC) y el más cálido agosto (máximas de 38ºC).
  Budapest: (Enero –1º a 4º) (Julio 16º a 28º)

- **Superficie:**
  - **Superficie total:** 93,030 km²
  - **Superficie cultivable:** 92,340 km²

- **Población:** 10,043,000 habitantes (2.000)
  - **Crecimiento:** -0.48 % (2.000)
  - **Esperanza de vida:** 69,02 años
  - **Distribución por sexos:** (2.000)
    47,7% Hombres ; 52,3% Mujeres
  - **Distribución por edades:**
    0-14: 17,1%
    15-59: 63,2%
    60+: 19,7%
  - **Población Urbana:** 63,7% (1.999)
  - **Densidad demográfica:** 108 hab./km2

© Anieme. 2003

• **Principales Ciudades:**	CAPITAL**:** *Budapest* (1.811.552 habitantes) *Debrecen:* 203.648, *Miskolc:* 172.357 *Szeged:* 158.158, *Pécs:* 157.332, *Györ:* 127.119
• **Lengua Oficial:**	Húngaro
• **Religión:**	Católicos 67,8%, protestantes 25,1%, ateos y no religiosos 4,8%.
• **Forma de Estado:**	República Parlamentaria.
• **Horario Local:**	GMT+1 en invierno GMT+2 en verano.

• **Horario Laboral:**	Comercios:	- Lunes a viernes:	09:00 – 18:00
		- Sábados	09:00 – 13:00
	Bancos:	- Lunes a jueves:	08:00 – 14:00
		- Viernes:	08:00 – 13:00
	Admón. Pública:	- Lunes a jueves:	08:00 - 16:30
		- Viernes:	08:00 - 13:00

• **Festividades:**	- *1 de enero* (Año Nuevo) - *15 de marzo* (Aniversario de la Revolución por la - Independencia en 1848) Lunes de Pascua - *1 de mayo* (Fiesta del Trabajo) - Lunes de Pentecostés - *20 de agosto* (Día de la Constitución y de San Esteban) - *23 de octubre* (Día de la República) - *25 y 26 de diciembre* (Navidad).
• **Precauciones Sanitarias:**	Ninguna en especial.
• **Pesos y Medidas:**	Se emplea el sistema métrico decimal.

© Anieme. 2003

• **Corriente Eléctrica:**	Voltaje: 220 V, monofásico. Frecuencia: 50 Hz.
• **Accesibilidad**	***- Vía aérea:*** Iberia no vuela a Budapest. La compañía aérea húngara MALÉV opera vuelos directos a/desde Madrid de tres a cinco veces por semana y a/desde Barcelona, de tres a cuatro veces por semana, dependiendo de la temporada. En temporada turística hay vuelos *charter* a Baleares, Canarias, Girona y Málaga. ***- Vía marítima:*** Desde España, el transporte marítimo apenas se utiliza, pese a que parecería viable. El puerto más cercano es el croata de Rijeka. A partir de Rijeka, la ruta por carretera a Budapest está pendiente de la construcción del enlace por autopista entre Croacia y Hungría. ***- Vía terrestre:*** Por carretera, Budapest dista 2.709 km de Madrid y 2.102 km de Barcelona. En la frontera con Austria hay siete puestos aduaneros habilitados para efectuar despachos TIR. Existe enlace ferroviario entre las redes de España y Hungría.
• **Moneda**	La moneda húngara es el forinto (Ft), dividido en 100 filler. Hay en circulación monedas de 1, 2, 5, 10, 20, 50, 100 y 200 Fts; los billetes son de 100, 200, 500, 1.000, 5.000 y 10.000 forintos. *Tipos de cambio a 30-06-2003:* 1 Euro = 265,810 Forint húngaro 100 Forint húngaro = 0,3762 Euro

© Anieme. 2003

II.2. SITUACIÓN ECONÓMICA

a) Marco Macroeconómico: Principales Indicadores

El crecimiento del PIB se ha ralentizado con respecto a los últimos años. Hasta septiembre del 2002 se incrementó en un 3,2%.

Los precios lograron controlarse en el año 2002, y la media de inflación para el año se redujo al 5,3%. La inflación a diciembre del 2002 fue del 4,8% (respecto al mismo período del 2001).

La tasa de paro a noviembre del 2002 se incrementó ligeramente hasta el 5,9% de la población activa.

El control de las finanzas ha sido el aspecto más difícil en el año 2002. Se puede decir que el déficit público ha sido más coyuntural que estructural, debido a que dicho año fue electoral, con cambio de equipo de gobierno, deudas adquiridas con anterioridad, y aumento de los sueldos públicos. Todos estos factores han contribuido a que a finales del 2002 el déficit público ascendiera al 9,4% del PIB.

Principales indicadores económicos

INDICADORES ECONÓMICOS (Datos en millones de euros)	**Año 2000**	**Año 2001**	**Año 2002**
PIB	50.572	57.753	
Tasa de variación real	5,2%	3,8%	3,2% (Ene-Sep)
Tasa de variación nominal	12,2%	14,2%	
INFLACIÓN			
Media anual	9,8%	9,2%	5,3%
Fin de período	10,1%	6,8%	4,8%
EMPLEO Y TASA DE PARO			
Población (x 1.000 habitantes)	10.222	10.200	10.175
Población activa	4.111.600	4.092.400	4.149.200 (Nov.)
% Desempleo sobre población activa	6	5,7	5,9 (Nov.)

© Anieme. 2003

Evolución de los sectores económicos más relevantes

La economía en general en los primeros tres trimestres del 2002 mejoró aunque de manera bastante leve. La economía húngara creció fundamentalmente gracias al consumo privado: en los diez primeros meses del año, las ganancias netas por habitante crecieron un 19,1%, una cifra sin precedentes desde hace décadas.

Así, el volumen de comercio minorista creció a dos dígitos en el primer semestre, y por ello el mercado agroalimentario y el de confección han sido muy dinámicos en este período. Pero desde el punto de vista de la **producción industrial** ésta se incrementó sólo en un 2% hasta noviembre del año pasado. Dentro de este mismo sector, la producción de material eléctrico experimentó un incremento cercano al 6%, los productos de telecomunicaciones tuvieron un comportamiento muy dinámico y en contraste hay que mencionar la reducción en la producción de ordenadores.

También en la última parte del año algunas multinacionales del sector de la electrónica con un afincamiento prolongado en Hungría (como IBM, Philips), decidieron relocalizar parte de su producción en el continente asiático, a tenor de las remodelaciones que está sufriendo el sector a nivel mundial.

El sector servicios registró un incremento más dinámico, y concretamente el sector de la construcción aumentó en un 20% hasta noviembre del 2002 con respecto al año anterior, debido sobre todo a la construcción de carreteras en la política contracíclica llevada a cabo por el gobierno, y a la construcción de vivienda, tanto de protección oficial como de iniciativa privada.

Población ocupada por sectores
(año 2000)

Agricultura:	7,1%
Industria:	34,0%
Servicios:	58,9%

© Anieme. 2003

b) Servicios Comerciales y Bancarios

Comercialización

Hungría se caracteriza por una considerable homogeneidad económica, geográfica, política y lingüística. En el mercado húngaro destacan cinco grandes zonas comerciales: Budapest y su entorno, que acoge más del 20% de la población del país; la región de Györ en el noroeste, a poca distancia de Austria, que tradicionalmente es la zona más próspera; la región de Miskolc y Debrecen en el noreste, cercana a Ucrania, Eslovaquia y Rumania; la zona del sudoeste, alrededor de Pécs, cercana a Croacia; y la zona del sudeste, alrededor de Szeged, que recibe la influencia de Serbia y Rumania.

Los canales de distribución de productos de consumo están en proceso de redefinición, expansión y búsqueda de nuevas posibilidades.

Las pequeñas y medianas empresas locales están perdiendo parte de su importancia frente a las empresas con capital extranjero que están modernizando la gran distribución.

Cada vez hay más centros comerciales nuevos, que están transformando los hábitos de consumo de la población.

En cuanto a los productos industriales, gran parte de los sectores están dominados por firmas alemanas o austríacas, la relación con las cuales depende en buena medida de la que se tenga con sus casas matrices. Por lo que respecta a las empresas locales, hay que intensificar los contactos para conseguir introducirse, logrando distribuidores o identificando oportunidades concretas y proyectos de inversión.

Bancos

El Banco Nacional de Hungría *(Magyar Nemzeti Bank)* es el banco central.
Hungría tiene el sistema bancario más desarrollado y estable de la región.
Actualmente hay 43 bancos, con 1.050 sucursales. Los más importantes son la Caja Nacional de Ahorros (OTP), el Banco de Budapest (BB), el Banco de Comercio Exterior (MKB), el Banco de Crédito Húngaro (MHB), el Banco de Comercio y Crédito (K&H) y el Postabank. Además hay numerosos bancos

© Anieme. 2003

extranjeros que, pese a su reducida red de sucursales, tienen una creciente cuota de mercado. Los grandes bancos públicos han pasado por graves problemas por la elevada proporción de créditos irrecuperables tras la ola de bancarrotas desencadenada en 1992. Tras dos inyecciones de fondos públicos, la privatización se concluyó prácticamente a lo largo de 1997, principalmente por venta al capital extranjero.

Ningún banco español tiene oficinas operativas en Hungría; sólo hay una oficina de representación del Banco Atlántico en Budapest. El Banco Santander tiene una participación en el Inter-Europa Bank y el Banco Popular opera a través de su asociado el Hipo Bank. Banco Exterior de España, Banco Bilbao Vizcaya, Banco Santander Central Hispano y Banesto operan con Hungría desde Austria y Alemania o a través de corresponsales.

c) Comercio Exterior

La tasa de apertura de Hungría es del 110% de su PIB (el conjunto de sus exportaciones e importaciones superan en un 10% el valor de su PIB).

Más del 60% de sus exportaciones proviene de empresas de capital extranjero (UE, EEUU, Japón), que se han instalado en Hungría.
Prácticamente la totalidad de su comercio exterior está liberalizado.

Los aranceles para los productos originarios de la UE, tanto bienes industriales como productos de consumo son nulos. Sin embargo, para los productos agroalimentarios originarios de la UE existen aranceles a la importación y contingentes arancelarios para determinados productos, que desaparecerán según vaya convirtiéndose en miembro de pleno derecho de la UE.

Fundamentalmente las barreras de acceso al mercado se encuentran en dicho sector agroalimentario, con diferentes controles existentes de sanidad, calidad y de identificación de productos importados. Existe algún problema en la interpretación de la liberalización de las importaciones de productos farmacéuticos.

© Anieme. 2003

Balanza comercial de Hungría

Tradicionalmente el saldo de la balanza de pagos húngara arroja un saldo negativo.

	2000	2001	2002
Exportaciones de bienes	27.560	31.346	33.418 (Ene-Nov)
Importaciones de bienes	30.156	33.611	36.330 (Ene-Nov)
SALDO	-2.596	-2.265	-2.912 (Ene-Nov)

- **Importaciones:**

Los principales productos que importa son:

- Maquinaria eléctrica
- Vehículos
- Equipos de sonido y telecomunicaciones
- Maquinarias para oficina y equipos para procesamiento de datos
- Equipamiento y maquinaria industrial en general
- Equipamiento y maquinaria para generación de energía

Principales países de los que importa

País (Ordenado por cuota de mercado)	Año 2002 (Ene-Nov)
Alemania	24,41%
Italia	7,55%
Austria	7,06%
Rusia	6,02%
China	5,42%
Francia	4,84%
Japón	4,00%
EEUU	3,74%
Gran Bretaña	2,83%
Polonia	2,55%
España (posición nº15)	1,82%

Fuente: *Oficina Económica y Comercial de España en Budapest.* (Enero 2003)

© Anieme. 2003

- Alemania es el principal proveedor de Hungría, participando con un 24,41% del total de sus importaciones. A éste le siguen Italia (7,55%) y Austria (7,06%).
- Rusia, que en el año 2000 ocupaba el segundo lugar como país proveedor, ha caído dos posiciones en los últimos años, probablemente en favor de China, que en el año 2000 ocupaba la posición novena, y en el año 2002 sigue ganando cuota de mercado, situándose en la 5 posición.
- España cuenta con una cuota sobre las importaciones de Hungría del 1,82%, situándose en la posición nº15 del ranking de importadores.

- **Exportaciones**

Los principales productos que exporta son:

- Equipos de sonido y telecomunicaciones
- Maquinaria eléctrica
- Equipamiento y maquinaria para generación de energía
- Vehículos
- Maquinarias para oficina y equipos para procesamiento de datos

Principales países a los que exporta

País (Ordenado por cuota de mercado)	**Año 2002** (Ene-Nov)
Alemania	35,72%
Austria	7,11%
Italia	5,71%
Francia	5,67%
Gran Bretaña	4,66%
Suecia	4,40%
Holanda	4,24%
EEUU	3,37%
Bélgica	2,75%
España	2,34%

Fuente: *Oficina Económica y Comercial de España en Budapest.* (Enero 2003)

© Anieme. 2003

- El principal destino de sus exportaciones es Alemania con una cuota del 35,72% sobre el total de sus exportaciones, arrojando un superávit comercial a favor de Hungría de 3.070 millones de euros.
- Austria (7,11%), Italia (5,71%) y Francia (5,67%) siguen a Alemania en importancia como clientes comerciales.
- España importa de Hungría 783 millones de euros, ocupando la 10ª posición en el ranking de importadores de Hungría.

GRADO DE APERTURA DEL MERCADO HÚNGARO (2001)	
Comercio Exterior (EXPORT. + IMPORT.) / PIB	112,47%
Importación / PIB	64,46%
Importación total / Importación Mundial	0,48%
Exportación Total / Exportación Mundial	0,41%

d) Comercio bilateral Hispano-húngaro

- *Exportaciones españolas al país:*

  - Las exportaciones españolas a Hungría alcanzaron los 601 millones de euros en el 2001, un 13% superior a la cifra del año 2000. La tasa de crecimiento para el 2002 fue del 10%.

  - Los automóviles, sus partes y accesorios superan el 30% del total de exportaciones; seguidos de la maquinaria mecánica y sus partes (un 15%); y la maquinaria, material eléctrico y sus partes, junto con aparatos de telecomunicaciones y sus partes (un 10%).

  - La cuota de mercado de la exportación española se encuentra en torno al 2% de las importaciones totales húngaras.

- *Importaciones españolas:*

  - Las importaciones españolas procedentes de Hungría supusieron 789 millones de euros en el año 2001, un 21% más que en el año 2000. A finales de noviembre de 2002 alcanzaban la cifra de 858 millones de euros.

  - La maquinaria, material eléctrico y sus partes, y aparatos de telecomunicaciones y sus partes superan el 40% de las importaciones totales. Más de un 25% corresponden a la maquinaria mecánica y sus

© Anieme. 2003

partes; y en torno al 5% se encuentran las importaciones de automóviles y sus partes y accesorios.

- La cuota de mercado de las importaciones españolas procedentes de Hungría es de un 0,5% del total de nuestras importaciones.

Balanza Comercial Bilateral (Datos en millones de euros)

	Año 2000	**Año 2001**	**Año 2002** (Ene-Nov)
Exportaciones	530	601	583
Importaciones	651	789	858
Saldo	*-121*	*-188*	*-275*
Tasa Cobertura	81,4	76,2	67,9

- **Saldo de la Balanza Comercial**

  La balanza comercial bilateral ha sido deficitaria con un déficit de 188 millones de euros en el año 2001, lo que supuso un aumento de más del 50% con respecto al año 2000.

  Para el año 2002 se espera un déficit creciente que podría estar en torno a un 50% superior al correspondiente al año 2001.

© Anieme. 2003

III. SECTOR DEL MUEBLE

III.1. EXPORTACIONES HÚNGARAS

Las exportaciones han estado aumentando gradualmente desde el año 1996. La imposibilidad del producto húngaro de competir con el de los países de la Unión Europea ha forzado a los fabricantes a intentar recuperar la fluida y beneficiosa relación comercial que antes del cambio de régimen económico se mantenía con los países pertenecientes al COMECOM. No obstante los grandes productores europeos, atraídos por las beneficiosas condiciones laborales y las privatizaciones, invirtieron en el segundo lustro de los años 90 en empresas húngaras con el ánimo de transformar éstas en centros productivos en régimen de perfeccionamiento activo. En la mayor parte de las partidas objeto de análisis en este capítulo se aprecia como empresas alemanas y austríacas han optado por esta vía para abaratar sus costes de producción.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MUEBLES HÚNGARAS	
Alemania	50%
Austria	22%
Italia	5%
EEUU	4%
Francia	3%

Fuente: CSIL 2001

La UE representa el 75% de las exportaciones de Hungría. Por países, los principales clientes son Alemania (36%), Austria (7%), e Italia y Francia (ambos con un 6%).

En el caso de Alemania, y con referencia al sector del mueble, la cuestión del perfeccionamiento activo se pone de manifiesto en partidas como la nº 94019080 (Partes de asientos no madera) en la que las importaciones húngaras que recibe suponen un 94% del total de dicha partida (328 millones USD). Otros de los países de la Unión Europea que mayor uso están haciendo de este modo de "relocalización" de su producción son Gran Bretaña, Francia, Austria y Suecia.

© Anieme. 2003

III.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL SECTOR DEL MUEBLE

III.2.1 CONSUMO Y TENDENCIAS

Capacidad de compra y su evolución

La renta per cápita media en términos de paridad de poder de compra (PPP) fue en 1998 de unos 10.660 USD (incluyendo la economía sumergida que se estima en torno al 25-30%), 660 USD por encima de la del año anterior, que se situó en 10.000 USD.

En el año **2000**, el salario mensual de los trabajadores del sector privado ascendió a 85.107 HUF brutos (320€), un 13,9% más que en enero del año anterior. El salario bruto de los trabajadores del sector público fue de 90.250 HUF (340€), un 5,2% más que en 1999.

Tipo de consumidores

La estratificación social producida en Hungría en el marco de la transición hacia una economía de mercado permite diferenciar los siguientes 3 tipos de consumidores:

- Una capa con ingresos altos y medios-altos: (aproximadamente un 10% de la población). Unicamente este grupo se puede permitir comprar lo que realmente le gusta. Sus hábitos de consumo tienden a asemejarse a los de la clase media existente en los países de Europa Occidental. Son consumidores de artículos de calidad media y alta. Son medianamente sensibles al precio. Entre las rentas más altas, en ocasiones se produce incluso el fenómeno inverso, en el sentido de que demandan productos más caros simplemente por el hecho de serlo. Es frecuente que realicen sus compras en centros comerciales.
- Una capa con ingresos medios-bajos: (alrededor del 50% de la población). Son bastante sensibles al precio aunque en ocasiones se permiten ciertos lujos. Compran en las numerosas tiendas repartidas por el país y en los centros comerciales.
- Una capa con escasos recursos económicos: (aproximadamente el 40% de la población): Son muy sensibles al precio. Las limitaciones en cuanto a la capacidad de compra hacen que esta capa se decante por los muebles más

© Anieme. 2003

baratos, que proceden normalmente de fabricación nacional, o en su caso, importados de países del entorno, normalmente de Eslovaquia, Polonia o Rumania. La compra de muebles de cocina no está entre sus prioridades por lo que sólo los adquieren cuando les es realmente necesario (optando en muchos de esos casos por talleres que se engloban dentro del abundante tejido "sumergido" que se da en este sector).

Gustos del consumidor

El perfil del consumidor húngaro ha variado de forma considerable en los últimos años. Antes era menos sensible al diseño y la moda, debido en parte, a la escasa oferta nacional (la producción de las empresas nacionales venía dictada sin atender a las preferencias del consumidor final). Pero a medida que crecieron las relaciones con Europa Occidental y Estados Unidos y aumentó la presencia extranjera en el país, la oferta de productos se hizo más amplia manifestándose la preferencia del consumidor por los productos importados. Esta tendencia se hace todavía más evidente en el segmento de población que va de los 25 a los 40 años.

No hay que olvidar por ejemplo que los húngaros, salvo los que pertenecen al grupo de los que buscan ostentar el dinero desembolsado en sus compras, gustan del mueble de líneas puras sin demasiados adornos, preferencia por las maderas y, en general por un mueble de estilo clásico o rústico.

Otro aspecto importante relacionado con los gustos del consumidor es que habitualmente no disponen de demasiado espacio en sus viviendas, por lo que el tamaño de cocina demandado suele ser de pequeñas dimensiones.

El consumidor húngaro prefiere los puntos de venta en los que el número de dependientes no es muy elevado y donde el consumidor puede realizar libremente su elección solicitando la ayuda de un empleado únicamente cuando le es necesaria. La creciente influencia de las revistas especializadas (LAKASKULTURA, SZEP HAZAK y OTTHON) se está haciendo notar cada vez más en los gustos del consumidor húngaro que normalmente suele dejarse guiar por las propuestas que hacen. Siempre, claro está que esas propuestas entren en el presupuesto.

© Anieme. 2003

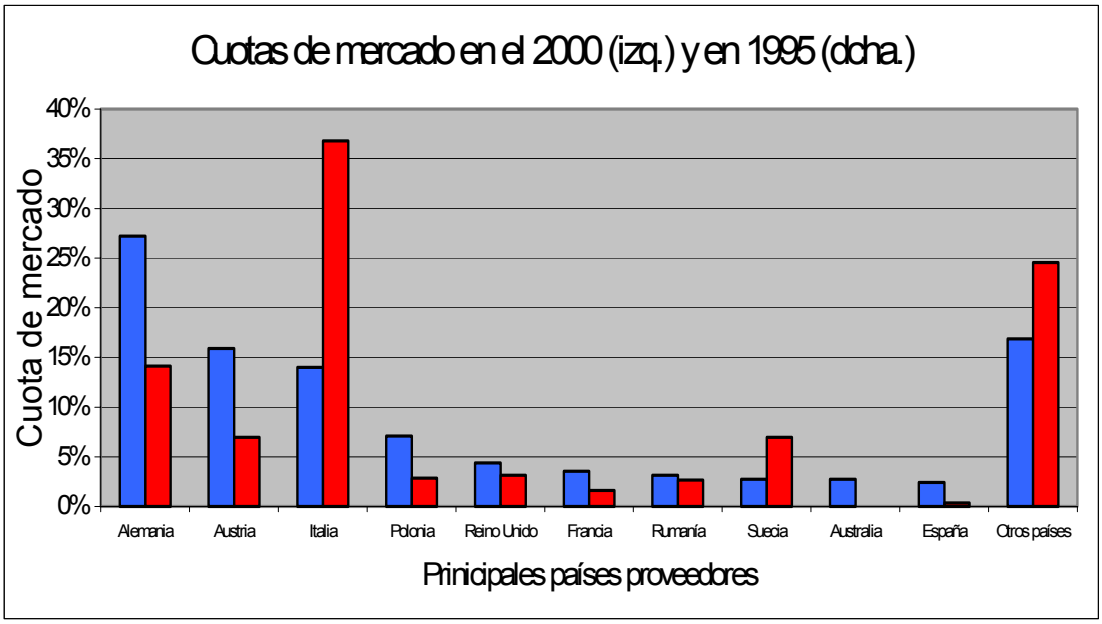
III.2.2. IMPORTACIONES: ANÁLISIS Y PROCEDENCIA

Al mismo tiempo que las condiciones económicas y el poder adquisitivo de la población aumentan, el valor de las importaciones también lo hace. Después del drástico recorte del poder adquisitivo experimentado durante los años 1995, 1996 y 1997, parece que la demanda está aumentando de manera constante en los años siguientes.

El dato más llamativo de los cuadros que más abajo se muestran es el claro descenso que en sus exportaciones ha experimentado Italia. Ocupando la primera posición en el año 1995 con más de un 35% de cuota de mercado, en los últimos datos de 2000 ha pasado a un tercer puesto y, lo que es más significativo ha perdido cerca de un 20% de cuota de mercado. Alemania por su parte ha experimentado una subida gradual en el nivel de sus exportaciones a Hungría que le ha llevado a ocupar el primer puesto entre los exportadores con algo más de un 25% de cuota de mercado. Los últimos datos significativos son los aumentos que han experimentado España y Polonia las cuales ha doblado el valor de su exportación en el periodo analizado. En el caso de Australia su aparición en el mercado ha sido fulgurante pasando de una cifra de 5.000 USD en 1997 a cerca de 5.000.000 USD en el 2000 lo que le sitúa en el 9 puesto por delante de España.

La cuota de importación del país es muy alta (56 % de la oferta húngara), que se puede explicar por dos razones: por una parte el mueble importado llena los huecos de la fabricación húngara, ofrece mayor variedad, y por otro lado existe una demanda potencial importante de mueble de calidad, a un precio razonable. A mediados de la década de los noventa el mueble de calidad estaba destinado exclusivamente a la clase acomodada, interesada por la moda y el diseño, siendo la oferta italiana la que satisfacía este segmento. Con el cambio en la distribución de la riqueza (la clase media empieza a ganar verdadera importancia) se sigue demandando mueble de diseño y calidad pero estableciendo unos límites en cuanto a precio.

© Anieme. 2003



IV. ARANCELES

No existe ningún tipo de arancel para las mercancías procedentes de España en cuanto al sector del mueble se refiere.

© Anieme. 2003

V. SUBSECTOR DEL MUEBLE DE COCINA

V.1. RELACIONES BILATERALES ESPAÑA - HUNGRÍA

Balanza Comercial Hispano-Húngara
(P.A. 94034 Mueble Cocina)

	2001 (€)	2002 (€)
Exportaciones	522.159	116.900
Importaciones	585.428	462.738
SALDO	-63.269	-228.938

Fuente: ICEX Valencia

Dado el escaso volumen de intercambio comercial entre ambos países en lo que a muebles de cocina se refiere, las cifras arriba indicadas no son muy representativas para la valoración de nuestra relación comercial con Hungría en este sector. No obstante, puede observarse un decrecimiento de ambas variables, mucho mayor por parte de nuestras exportaciones, aunque como se ha comentado, es tan poco el montante actual de intercambios, que tales movimientos bruscos no son descriptivos de cambios de tendencia u otra interpretación. En cualquier caso, dadas las buenas perspectivas del país, cabe esperar una evolución favorable de nuestras exportaciones siempre que se produzca un mayor dinamismo de las empresas españolas en Hungría.

V.2. FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN: SUBSECTOR MUEBLE COCINA

a) Productores Nacionales

En cuanto a mueble de cocina, destacan 4 grandes fabricantes:

- WARTEN-TISZA BÚTORRIPARI Rt. Ubicada en Csongrád.
- ZEMPLÉ BÚTROIPARI Kft.
- DÁLIA KONYHABÚTORGYÁR
- BÁNYAI BÚTOROK

– La empresa que ocupa un 20% del mercado húngaro del mercado de muebles de cocina es *WARTEN-TISZA BÚTORIPARI Rt.* La empresa TISZA fue adquirida por la empresa estadounidense WARTEN el verano del 2001. Aunque fabrican tradicionalmente muebles de cocina, también están presentes en el mercado de mueble infantil y mueble de oficina.

© Anieme. 2003

- El antecesor de la empresa *ZEMPLÉN BÚTORIPARI Kft.,* se fundó en 1929. Fabrican muebles de cocina y de baño desde hace décadas. Hoy en día disponen de 5 tiendas de exposición y 150 tiendas comercializan sus muebles.
- Las otras dos fábricas con mayor importancia del mercado de muebles de cocina son *DÁLIA KONYHABÚTORGYÁR y BÁNYAI BÚTOROK.* Esta última se especializó en la fabricación de muebles de cocina en 1998. Desde 1991 fabrica muebles de baño y empezó a fabricar lavabos con la marca CORIAN.

b) Representante

Existe la posibilidad de buscar un representante que trabaje única y exclusivamente para la empresa española, no dedicándose a distribuir ningún otro tipo de productos. Si bien inicialmente puede resultar más costoso, tiene la ventaja de que ofrece un contacto con el mercado mucho más directo, de manera que se pueden descubrir con más facilidad las oportunidades que se presenten. No obstante, en Hungría, la figura del representante no está tan extendida como en otros países de nuestro entorno. Es ahora cuando está empezando a implantarse en diversos sectores.

Debido a la falta de especialización de la que ya hemos hablado, es frecuente que una misma persona se dedique a la distribución de muy distintos tipos de productos, no centrándose en un sector en concreto. Por esta razón, la tarea de buscar un agente comercial puede llevar mucho tiempo y resultar harto difícil y complicado.

c) Distribución Minorista

En lo que a distribución minorista húngara se refiere, podemos diferenciar seis canales:

- Tiendas en las que se distribuyen únicamente muebles de cocina. Lógicamente estas tiendas son las que suelen disponer de más cocinas en exposición. Entre ellas encontramos a importadores tanto de muebles de calidad alta y diseños exclusivos, como de calidad media. Es poco frecuente encontrarlos de gama baja.
- Tiendas en las que se combina la venta de cocinas con muebles de baño.

© Anieme. 2003

- Estudios de interiorismo. Apenas disponen de cocinas en exposición , al no ser ésta su principal herramienta de venta. Además, dado que en sus proyectos desarrollan todo tipo de amueblamiento y decoración, su actividad ligada al mueble de cocina no suele ser relevante en su negocio.
- Tiendas exposición de todo tipo de mueble, (hogar, cocina, oficina), pudiendo localizarse tanto en Centros comerciales como en tiendas particulares. Pueden llegar a disponer de tantas cocinas como los vendedores exclusivos de este tipo de mueble. Por lo general este tipo de establecimientos suele estar orientado al segmento medio del mercado, aunque en ocasiones lo están al segmento medio-bajo o al medio-alto.
- Tiendas exclusivas de firmas internacionalmente reconocidas, y por tanto orientadas al segmento alto del mercado. Opción más costosa en la que el fabricante decide montar su propia tienda minorista o acordar una exclusiva con un distribuidor en la que solo se comercialicen cocinas de sus marcas.
- Pequeños talleres de carpinteros, generalmente orientados al segmento medio-bajo / bajo. Venden directamente al cliente desde su taller.

Principales Fabricantes de cocinas de gama media-alta de quienes importa alguno de los entrevistados:

- **Italianos:**

  COMPREX: http://www.comprex.it, ASTRA: http://www.astra.it, LEADER: http://www.florida.it/indexleader.htm, AR-DUE: http://www.gruppoatma.it/ar-due/, CALLIGARIS: http://www.calligaris.it

- **Franceses:**

  MOBALPA: http://www.mobalpa.com/

- **Alemanes:**

  WELMANN: http://www.wellmann.com

© Anieme. 2003

VI. FERIAS DEL SECTOR DEL MUEBLE EN HUNGRÍA

En la actualidad no existe ningún certamen húngaro especializado exclusivamente en muebles de cocina, siendo la **feria Eurocina** de Milán, la primera referencia internacional para el distribuidor y el fabricante de muebles de cocina húngaro.

Por lo que se refiere a las ferias nacionales que incluyan el sector del mueble, destacan fundamentalmente tres por su tamaño e incidencia en el mercado:

1) BNV (Budapest International Fair for Consumer Goods). *Budapest*

- Se celebra anualmente y consta de cuatro secciones que dan cabida a diferentes artículos: *HOME:* ***muebles***; textil hogar; cuadros y marcos; iluminación doméstica; aplicaciones para el hogar; artículos de mesa y de cocina. *CASA Y JARDÍN, MUSICEXPO, INTERPLAYEXPO y SOUVENIR.*
- Está dedicada a los profesionales del sector y abierta al público en general, constituyendo de este modo el marco idóneo para que los fabricantes den a conocer su producción en el mercado húngaro.
- Página web: http://www.bnv.hu/nyito_kiall_eng.php
- La próxima edición tendrá lugar en Budapest entre los días 6-14 Septiembre del 2003. Estará ubicada en el Budapest International Fair Center, y la *entidad organizadora* es *HUNGEXPO:*
  E-mail: hungexpo@hungexpo.hu Página Web: www.hungexpo.hu

2) BÚTORVILÁG (International Furniture Trade Fair). *Budapest*

- Es la feria que cuenta con mayor participación de fabricantes húngaros. Aparte de expositores húngaros exponen un gran número de empresas extranjeras. En esta feria se presentan las últimas innovaciones y desarrollos técnicos del mundo del mueble. Se celebra anualmente.
- Página web: http://www.butorvilag.com/english.html
- La próxima edición se celebrará entre los días 5 y 9 de noviembre de 2003 y se centrará en iluminación, y mueble de cocina. Por otra parte, la edición del año 2004 se centrará en los muebles de oficina y de hotel.
- Datos entidad organizadora: **KG HomeArt** (E-mail: kghart@kghomeart.hu)

© Anieme. 2003

3) LAKASTREND. Budapest

- Feria cuya séptima edición se celebrará entre los días 6 y 9 de marzo del 2004. En ella se recogen las principales tendencias vanguardistas (o gama muy alta) en cuanto a mueble de hogar, baño, cocina y decoración se refiere.
- Más información en página web: www.lakastrend.hu

VII. PUBLICIDAD EN EL SECTOR DEL MUEBLE

Según una encuesta realizada recientemente por la empresa de investigación de mercados Modus, el segmento de la población más influida por la publicidad, es el de las mujeres entre 18 y 29 años, de lasi zonas rurales y con una educación media.

Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión, la prensa escrita, la publicidad estática, la radio y el cine.

La ***televisión*** representa casi la mitad de los gastos publicitarios en Hungría. Por lo que se refiere al sector del mueble esta importancia se reduce (23'1% del total de la publicidad invertida en el sector) en favor de la prensa escrita especializada (25'2%). El motivo principal por el que la prensa escrita especializada es la mayor receptora de publicidad en el sector lo encontramos en sus tarifas ya que las de televisión suponen inversiones demasiado elevadas. A estos medios les siguen la publicidad insertada en los diarios (18'2%), publicidad estática (15%) y radio (12'6%).

Dentro de la ***prensa escrita***, las revistas ocupan un papel fundamental en la publicidad. Este tipo de publicidad se realiza sobre todo a través de la prensa especializada. Muchas de las empresas húngaras del sector del mueble hacen publicidad en alguna de las revistas especializadas del sector. Las **publicaciones más conocidas en las que suelen anunciarse los distribuidores de cocina** húngaros son:

- **LAKÁSKULTÚRA**

  1122 Budapest, Városmajor u.12-14

  Correo electrónico: lakaskultura@axels.hu

  Tel: 36-1-488.57 55/ 355 37 22 Fax: 36-1-488 57 49

  Redactor jefe: Srta. Eszter Szücs

© Anieme. 2003

Contratación de publicidad: Srta. Stella Pammer. Tel.: 36-1- 488 57 04
Correo electrónico: pammers@axels.hu
Tirada mensual: 588.000 ejemplares
(*Datos del 2000 facilitados por Szonda Ipsos Gfk)*

- **SZÉP HÁZAK**
  Dirección de correo: 1250 Budapest, Pf. 40.
  Tel.: 36-1-214 88 61/ 202 01 85; Fax: 36-1-375 04 62
  Director: Sr. Elemér Vogl
  Tirada mensual: 583.000 ejemplares
  (*Datos del 2000 facilitados por Szonda Ipsos Gfk)*

- **OTTHON**
  1037 Budapest, Lajos u. 74-76
  Dirección postal: 1554 Budapest, Pf.29
  Tel: 36-1-437 37 36; Fax: 36-1-437 37 33
  Redactora jefe: Sra. Dorottya Szabó
  Correo electrónico: dszabo@vnubp.hu
  Tirada mensual: 254.000 ejemplares
  (*Datos del 2000 facilitados por Szonda Ipsos Gfk)*

Las anteriores tres publicaciones son revistas especializadas en decoración de interior y muebles en general. Existen además otras revistas que sí están especializadas en mueble de cocina, como KONYHA & FÜRDÓ (Cocina y Baño) y KONYHÁK ÉS ÉTKEZÓK (Cocina), aunque cabe señalar que excepto la primera, (Konyha & Fürdó), no se tratan de publicaciones en las que suelan anunciarse los distribuidores, aunque en ambas revistas puede encontrarse un pequeño directorio con distribuidores de cocina:

Entre las revistas que constan íntegramente de anuncios se encuentra **BUDAPESTI PIAC**, de periodicidad semanal y que se reparte de forma gratuita entre los hogares.

También merece la pena destacar el desarrollo de la publicidad por correo o "direct mailing".

Este tipo de publicidad es empleada por todas las empresas extranjeras y nacionales. Domus, Ikea y KIKA publica sus catálogos mensualmente con las

© Anieme. 2003

ofertas del momento. Generalmente, las cadenas minoristas también realizan este tipo de publicidad, aunque la calidad de los catálogos es más baja.

En cuanto al *buzoneo*, se puede afirmar que el 70% de los húngaros lee la publicidad que llega a sus buzones. Según la información recopilada en las entrevistas realizadas para el presente estudio, la opinión general de los mayores distribuidores es que el medio óptimo para invertir en publicidad es éste. Desde el punto de vista del precio es el más económico y, a diferencia de lo que ocurre en otros países este tipo de publicidad directa sí llega a la mayor parte de la población. Por esto la relación efectividad/ precio de este medio es muy alta.

Por último mencionar que las empresas que más invirtieron en publicidad en el año 2000, dentro del sector del mueble de hogar fueron CARDO Kft (aprox. 667 mil euros), KIKA (499 mil euros), TUTTO MOBILI (463 mil euros), después le siguieron IKEA, DOMUS, SCONTO, LEDERLAND y CASANOVA.

© Anieme. 2003

VIII. MEDIOS DE TRANSPORTE

La lejanía geográfica de España, la dificultad de encontrar retornos debido al escaso comercio entre los dos países y la dificultad en los grupajes, han sido hasta ahora un obstáculo para la exportación de muchos productos españoles. El coste de llevar un camión desde la península hasta Hungría es aproximadamente el doble de lo que supone el transporte desde Italia, y encarece los productos cerca de un 40%. El precio aproximado de un camión desde España sería de 3.500-4.000 DEM.

Por esta razón son muchas las empresas húngaras que se inclinan más por el producto italiano, en vista de la ventaja que supone el ahorro de tiempo en la entrega. Poco a poco la situación está cambiando, al haber surgido numerosas empresas que realizan el transporte (también grupaje) entre Espańa y Hungría bajo condiciones cada vez más ventajosas.

El transporte por ferrocarril no parece una alternativa adecuada, ya que la estructura de la red ferroviaria no es lo suficientemente flexible. Sin embargo una alternativa que parece ir tomando forma es la combinación de transporte por carretera y por ferrocarril, existiendo ya algunas empresas que lo realizan con un ahorro importante en costes.

Para aquéllas empresas interesadas en realizar cargas parciales, existen en Hungría empresas transportistas que ofrecen este tipo de servicio.

Antes de terminar este apartado se debe incidir en la oportunidad que supone el que alguna agrupación de fabricantes exportadores intente adquirir o alquilar un pequeño almacén cerca de la capital donde puedan mantener un stock de sus productos. La mayoría de las empresas entrevistadas para este estudio han incidido en la oportunidad que se abre al mueble español en este mercado, aunque primero deben mejorar su servicio a los mayoristas o importadores facilitando el cambio de los bienes defectuosos , más rapidez a la hora de la entrega de la mercancía, etc.. Es decir unas facilidades que solamente pueden consegurise si se dispone de stock dentro del país. De otra manera los clientes potenciales aceptan a regañadientes el que se les venda una mercancia, que en el caso de que esté defectuosa, el periodo de espera para su reposición puede superar los dos meses.

© Anieme. 2003

IX. RESUMEN Y CONCLUSIONES

El sector del **mueble de cocina** ha pasado por cambios estructurales importantes en la última década y sigue inmerso en un proceso de transformación y modernización desde el punto de vista de la oferta y sobre todo de la demanda y la distribución. En este proceso hay buenas oportunidades para quienes estén dispuestos a apostar por un sector y un país con buenas perspectivas tanto a corto como a medio y largo plazo. Nos encontramos en un momento interesante para que las empresas españolas intensifiquen sus esfuerzos comerciales y aumenten su presencia en el país.

Un factor de importancia en el aumento de la **demanda** en este sector es el plan de desarrollo lanzado por la actual administración (Plan Széchenyi) a través del cual se pretende construir y rehabilitar cerca de 40.000 viviendas anuales hasta el 2006 (desde el año 2000). Con la actividad constructora, la demanda de muebles de cocina va a experimentar un alza considerable de la demanda a medio plazo.

En cuanto a las **tendencias en el consumo**, la población húngara continúa siendo sensible al precio aunque ya hay quienes han introducido nuevos criterios de decisión en sus compras. Por ello, es cada vez más exigente en cuanto a la calidad de los artículos, servicio en el punto de venta y tiene cada día mayor conciencia de marca. Sin embargo hay que tener presente que el poder adquisitivo de la población húngara no es alto. La vivienda media no suele sobrepasar los 80m2, con lo que el **tamaño de cocina** demandado vendrá condicionado por el espacio más reducido de sus hogares.

En cuanto al **diseño**, los cambios de tendencia en este sector han sido relativamente lentos. El consumidor húngaro es cada día más sensible al diseño. Un aspecto importante en referencia a esto último es el perfil demográfico de la demanda. El segmento de la población que espera un mayor crecimiento es el de las personas entre 25 y 35 años, unido esto al aumento del mercado inmobiliario por efecto del mencionado Plan Széchenyi, el tirón de la demanda puede producirse en este segmento.

© Anieme. 2003

La **importaciones húngaras** van incrementándose desde 1994, a pesar de la continua devaluación del HUF, que encarece mucho el producto extranjero. Aunque el producto importado suele ser de precio superior, éste último compite con un mayor diseño. La mayoría de las importaciones tiene su origen en Alemania, Italia, Austria, y algunos países de Europa Central y del Este (Polonia, Eslovaquia o Rumania). Estos últimos están introduciéndose con fuerza con productos fabricados con tecnología occidental y a precios muy competitivos. La cuota de mercado de los productos importados es considerablemente alta (50-60% del mercado total), que puede explicarse por dos razones: por una parte, el mueble importado atiende a los nichos que la fabricación nacional no atiende, ofrece mayor variedad , y por otro lado existe una demanda real importante de mueble de calidad, básicamente de la clase alta y media-alta, interesada por la moda y el diseño, satisfecha fundamentalmente por la oferta extranjera.

La **publicidad** en revistas especializadas, ya sea mediante anuncios o bien mediante artículos informativos, se perfila como el medio de promoción más efectivo. De hecho, el número de publicaciones especializadas en el sector de la decoración, su tirada y su influencia como prescriptores de opinión está aumentando considerablemente en los últimos años. En el caso de que se busque la mayor eficiencia al menor precio, la población húngara suele prestar gran atención a los folletos, trípticos y catálogos que reciben en su buzón. Es por este motivo que las grandes cadenas de distribución publican sus propios catálogos informando de las ofertas.
No obstante, no hay que olvidarse de la importancia de la promoción en el punto de venta, pues es ahí donde los consumidores más se informan.

La exigencias en términos de **homologación y control de calidad** se aplican únicamente en caso de concursos públicos, mientras que en el resto de los casos será suficiente disponer de las certificaciones internacionales válidas para posibles inspecciones técnicas “in situ” sin previo aviso. Asimismo es necesario aportar el manual de instrucciones de uso.

© Anieme. 2003

En cuanto a los medios de pago, la carta de crédito es un medio muy poco utilizado debido al escaso conocimiento por los bancos de sus clientes y a lo elevado de los intereses y comisiones. Por ello ambas partes están abocadas a buscar soluciones alternativas como el aval o la transferencia bancaria. En cualquier caso, en este sector se trabaja cada día más con pago aplazado (a 30 o 60 días normalmente, con desembolso de una cantidad determinada (25-50%) a la entrega de la factura proforma y el resto a la entrega.

© Anieme. 2003

X. DIRECCIONES DE INTERÉS

X.1 DIRECCIONES DE INTERÉS EN HUNGRÍA

- **EMBAJADA DE ESPAÑA**
  EN BUDAPEST
  CANCILLERÍA
  Eötvös u. 11/B.
  1067 Budapest
  tel.: 00 (36) 1-342 99 92/93
  fax: 00 (36) 1-351 05 72
- **OFICINA ECONÓMICA**
  Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA
  DE ESPAÑA EN BUDAPEST
  Nádor u. 23, II
  1051 Budapest
  tel.: 00 (36) 1-302 00 74
  fax: 00 (36) 1-302 00 70
  c.e.: buzon.oficial@budapest.
  ofcomes.mcx.es
  www.mcx.es/budapest
- **CÁMARA DE COMERCIO**
  E INDUSTRIA DE HUNGRÍA
  Kossuth Lajos tér 6/8
  1055 Budapest
  tel.: 00 (36) 1-353 33 33
  fax: 00 (36) 1-269 46 28

X.2 DIRECCIONES DE INTERÉS EN ESPAÑA

- **EMBAJADA DE HUNGRÍA**
  EN MADRID
  CANCILLERÍA
  Angel de Diego Roldán, 21
  28016 MADRID
  tel.: 91 413 70 11
  fax: 91 413 41 38
  DEPARTAMENTO COMERCIAL
  Avda. de Brasil, 17 - 17° Izda
  28020 MADRID
  tel.: 91 556 26 08
  fax: 91 556 63 00

© Anieme. 2003

- **CONSULADO DE HUNGRÍA**
  EN BARCELONA
  Avda. Diagonal, 477 (piso 19°)
  08036 BARCELONA
  tel.: 93 405 19 50
  fax: 93 419 46 08

- **SECRETARÍA DE ESTADO**
  DE COMERCIO Y TURISMO.
  MINISTERIO DE ECONOMÍA
  Paseo de la Castellana, 162
  28046 Madrid
  tel.: 91 349 3500
  fax: 91 349 5242
  c.e.: buzon.oficial@sectyp.sscc.mcx.es

- **INSTITUTO ESPAÑOL**
  DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)
  Paseo de la Castellana, 14-16
  28046 Madrid
  tel.: 91 349 6100
  fax: 91 431 6128

© Anieme. 2003

XI. MAPA DE LA REPÚBLICA DE HUNGRÍA

© Anieme. 2003

XII. Anexos

XII.1. IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE MUEBLES

AITA STUDIÓ

1091 Budapest, Lónyai u. 24.

Dirección postal: 1461 Budapest, P.O. Box 393

Tel, Fax: 36-1-216.16.73; 216.16.74; 216.16.75 e-mail: aita@interware.hu

Director: Sr. Flavio Aita.

Idiomas: inglés y español.

Actividad: Importador de origen italiano que actúa como importador y agente en el mercado húngaro. Trabaja fundamentalmente con comercios enfocados a las gamas medio-alta y alta. No dispone de show-room.

ARKHENEA BÚTORGALÉRIA

1066 Budapest, Jókai utca 38.

Tel: 36 1 302 8150 / 302 8151 Fax: 36 1 302 0096 e-mail: arkhenea@mail.elender.hu

Persona de Contacto: Sra. Katalin Tromler.

Comercio de muebles de estilo vanguardista de gama alta.

AQUALUX KFT.

1135 Budapest, Hun u.4/b

Tel: 36-1-350.65.76, 36-1-359.03.77 Fax: 36-1-239.36.13 e-mail: aqualux@dpg.hu

Director Gerente: Sr. Gábor Lux; Sr. Tibor Sztahn.

Idiomas: inglés y español.

Actividad: Importador, distribuidor de muebles y puertas de España de gama media y medio-alta, principalmente estilo clásico. Dispone de un show-room que se anuncia como “mueble español” (mismo reclamo que utiliza en las ferias a las que asiste).

AXIMIT HUNGARIA KFT.

1143 Budapest, Semsey Andor u. 25 Internet: http://www.selva.com

Tel: 36 1 220 6333 / 105 Fax: 36 1 251 1277 e-mail: aximit@mail.elender.hu

Persona de Contacto: Sr. István Hajnal.

© Anieme. 2003

Idiomas: inglés.

Importador y distribuidor en exclusiva de la marca SELVA en el mercado húngaro.

BAK BÚTORÁRUHÁZAK

1085 Budapest, Üllöi út 30.

Tel: 36-1-317.08.70 Fax: 36-1-318 51 02

Director Gerente: Sr. Iván Bak/ Sra. Agnes Bak

Idiomas: inglés.

Importador, distribuidor (minorista) de muebles, importan la mayor parte de su oferta. Están enfocados al producto de estilo clásico (aunque recientemente se están planteando introducir mueble moderno), de una gama media, media-alta y alta.

BAMBOO NÁDBÚTOR GALÉRIA

1223 Budapest, Sörház u. 3

Tlf: 36 1 2260036 Fax: 36 1 424 50 88

Sra. Eva Bérci

Idiomas: inglés.

Mueble de rattán.

BILT GALÉRIA

1026 Budapest, Pázsit u.2.

Tel, Fax: : 36-1-275 08 76

Idioma: inglés.

Importador y minorista de muebles que dispone de un pequeño show room en el centro comercial “Budagyöngye” en Budapest. Enfocado fundamentalmente a sofás y tapicería en piel de gama media y medio-alta (tienen interés por productos de diseño).

CONSULTE KFT. (CASANOVA BÚTORSZALON)

1083 Budapest, Orczy út 4.

Tel: 361 30 30 166 Fax: 361 30 30167 Internet: http//www.casanova.hu

Móvil: 00 36 30 9520502

e-mail: casanova@mail.datanet.hu

Persona de Contacto: Josefina y Tomás Nagy

Idioma: español.

© Anieme. 2003

Importador denominado anteriormente LA CASA.

Dispone de 3 establecimientos denominados CASANOVA (uno en Budapest de 1500 m2, otro en Györ de 500m2 y el tercero en Pécs de 400m2). Con la empresa Fomento de Inversiones Cisneros, S.A han creado una empresa mixta y disponen de una tienda llamada Casa 21 en Budapest. Tienen contactos con numerosos fabricantes españoles.

CASA ITALIA MOBILI

1037 Budapest, Bécsi út 250.

"A" Börze Kereskedöház

Tel; Fax: 36 1 250 7420 / 123

Móvil: 36 30 9706 139

Persona de contacto: Fejes Zsuzsanna.

Idiomas: italiano e inglés.

Importador y minorista de muebles, cuyo gerente es de origen italiano. Importan mobiliario de diferentes tipos (comedores, dormitorios, cocinas, auxiliar y tapicería) de estilo moderno y gama media.

CTL LAKBERENDEZÉSI STÚDIÓ KFT.

1036 Budapest, Bécsi út 37.

Tel: 36-1-250.82.85 Fax: 36-1-250.82.85 Tel: 311.94.80 Fax: 312.31.45

Gerente: Sra. Istvánné Rácz.

Gama alta.

DÁVIA- ARANIUM KOMPLEX KFT.

1053 Budapest, Ferenciek tere 2.

Tel: 36-1-266.89.55 Fax: 36-1-266.89.56

Director de Compras: Sr. Szálem Abdulah.

Idioma: inglés.

Empresa dedicada a la distribución de muebles y objetos de decoración a través de la red de 16 tiendas que dispone en el país. Tiene previsto abrir un nuevo show-room en Budapest próximamente. Gama media-alta y alta.

DESIDEA STUDIO

1061 Budapest, Paulay Ede 25-27

Tel: 36-1-479 01 18 Fax: 36-1-479 01 19

Persona de Contacto: Varga József

© Anieme. 2003

Idioma: inglés.

Empresa antes perteneciente al grupo SIL TRADE, desde el verano de 1999 ha pasado a constituir una empresa independiente. Importan y distribuyen productos de alto nivel (con abundante presencia del mueble de diseño, principalmente italiano), y se han introducido en el campo del contract. Considera los costes del transporte como un importante problema a la hora de comprar en España.

DOMUS –LÁNC Kft.

1126 Budapest, Nagy Jenô u. 12.

Tel: 36-1-212 05 33 Fax: 36-1-212 05 73

Correo electrónico: domuslanc@domus.hu

Página web: www. fotexnet.hu

Persona de contacto: Sra. Zsuzsanna Lipták.

Idiomas: inglés.

Pertenece al holding húngaro-americano FOTEX.

Una de las mayores cadenas de distribución de muebles en Hungría. Estilo clásico y gama desde media-baja a media-alta.

EL CASTILLO

1035 Budapest, Hajógyári sziget 130.

Tel, Fax: 36-1-250.00.01 ; e-mail: elcastillo@acenet.hu

Gerente: Sr. Sándor Csongrádi.

Persona de contacto: Sr. Endre Somlyó (habla español).

Importador y distribuidor de mobiliario, principalmente clásico (aunque cada vez tiene más presencia el moderno). Sus productos son en su enorme mayoría españoles.

HIE OFFICE DESIGN KFT.

1013 Budapest, Attila út 14-16.

Tel: 36-1-309 57 00 Fax: 36-1- 3560093 e-mail: hie@mail.datanet.hu

Persona de contacto: Sr. Arpad Szentiváni, Sra. Gabriella Nagy.

Idioma: inglés.

Comercio de muebles con colecciones de mobiliario de oficina y de hogar (comedores y tapicería de estilo moderno de gama alta). Han abierto un nuevo show-room a finales de octubre de 2000.

© Anieme. 2003

IBISCUS STÚDIÓ

1025 Budapest, Nagybányai út. 92.

Tel, Fax: 36 1 275 2022; 356.52.65

Persona de Contacto: Tamás Márta

Idioma: inglés.

Importador y minorista de la marca italiana VARASCHIN (mobiliario de rattán de estilo moderno de gama medio-alta).

INARCHY INTERIOR

1051 Budapest, Sas u. 6.

Tel, Fax: 36-1-353 20 35

KIKA Lakberendezési Kft.

1135 Budapest, Lehel u. 51
Tel: 36-1-236 63 00/236 63 01

Fax: 36-1-320 32 46

Director gerente: Sr. Attila Juhász (Idioma Alemán)

Actividad: Uno de los principales distribuidores de mueble importado. Pertenece al grupo austríaco KIKA LEINER. Están presentes en el mercado húngaro desde 1990 (bajo el nombre de MICHELFEIT). El 80% de los productos que comercializa provienen de la importación (especialmente de Alemania, Austria, China, Italia y Gran Bretaña. Estarían interesados en mueble español a medio plazo, ya que esperan expandirse. Especialmente tapicería.

KOMFORT CENTRUM

Kiskút Liget

9027 Györ

Tel./ Fax: 36- 1- 220.19.75

Fax: 36- 96- 529.902

E-mail: komfort@elender.hu

La tienda más grande al oeste de Hungría, con más de 1.000 m2 y situada a 150 km de la capital. Comercializa muebles de alta calidad (comedores, salones, mobiliario de cocina y de oficina, dormitorios, despachos, auxiliares, etc). Actualmente trabaja con más de 50 fabricantes europeos: italianos, alemanes y franceses. Trabaja también con fabricantes españoles de gama alta y estilo clásico.

© Anieme. 2003

Está interesado en ampliar contactos y establecer relaciones comerciales con fabricantes españoles.

LAKÁSKULTÚRA KFT.

1161 Budapest, Rákóczi út 23.

Tel, Fax: 36-1-405.52.21

Gerente: Sr. István Bokor.

Actividad: Mayorista de muebles de estilo clásico. Importa de Italia.

LEDERLAND ÁRUHAZ

1097 Budapest, Gyáli út 31/A

Tel: 36- 1-280 4458 / 280 8635 Fax: 36-1- 280 4459 e-mail:

lederland.hu@ibm.net

Persona de Contacto: Jerzy Jagiellowicz.

Idioma: inglés.

Comercio de muebles con 900 m2 de exposición situado en las afueras de Budapest y con una experiencia de 4 años en el sector del mueble. Se sitúa entre las tiendas más grandes de Budapest dedicadas al comercio de tapicería.

LINGEL KFT.

1026 Budapest, Hüvösvölgyi út 1. Internet: htpp://www.inext.hu/~lingel

Móvil: 36-309-410.283; 36-30-9-320.595 Tel,Fax 36-1-394.31.15

E-mail:art-ling@mail.inext.hu

Director comercial: Sr. László Oszoly; Sra. Noémi Koronczay.

Sólo trabajan con mueble de madera. Ya trabajan con AMPARO MORA.

LINE TRADE KFT.

Budapest, 1132 Visegrádi u.69/d.

Tel., Fax : 36-1-349.19.33

Director: Sr. István Ölbey

Idioma: inglés.

Actividad: Decorador de interiores e Importador de muebles españoles de estilo y diseño de gama alta.

MATTEUS

1051 Budapest, Október 6. u.15.

Tel. 36-1-312.42.46 Fax: 36-1-312.42.40

© Anieme. 2003

Persona de contacto: Sr. Mauricio Flores.

Idioma: español.

Actividad: Tienda de muebles ubicada en el centro comercial de Budapest. Representa la marca italinana B&B, exponiendo una parte importante de sus colecciones en el show-room de la calle Oktober 6. Principalmente mueble de diseño e italiano.

MIND KFT. (HACIENDA)

1026 Budapest, Szilágyi Erzsébet fasor 121

Tel, Fax : 36-1-275 08 75

Gerente: Dr. Miklós Várkonyi; Sr.Karem Saadi.

Idioma: inglés, francés y español.

Actividad: Importador y minorista de muebles, telas y lámparas que trabaja con un importante grupo de fabricantes españoles Dispone de una tienda en el centro comercial BUDAGYÖNGYE. Tradicionalmente comercializaba mueble clásico, pero recientemente ha aumentado su interés por el moderno y de diseño, reflejado en el nuevo showroom que van a abrir en el centro comercial Budagyöngye (junto a la tienda actual).

MOBILI MANIA

1036 Budapest, Bécsi út 77-79

Tel: 36- 1 2500907

Fax: 36 1 2500908

e-mail: mobilimania@matavnet.hu

Empresa dedicada a la importación y comercialización de **muebles de diseño** de **gama media-alta y alta**. Hasta la fecha únicamente trabaja con empresas italianas aunque ha manifestado interés en incorporar mobiliario español a su oferta.

OMNIMARKT Kft.

6792 Zsombó, Szegedi út 1-5.

Tel: 36-62-255.755 Fax: 36-62-255.855

E-mail: omnimarkt@mail.datanet.hu

Idioma: alemán.

© Anieme. 2003

Mayorista de mueble de hogar. Disponen de una tienda propia y suministran a 350 tiendas en todo el país. Importa de la República Checa, Rumania y Bélgica. Director Gerente: Sra. Bálintné Heintz.

OTTHON Bt.

8000 Székesfehérvár, Berényi út 30/B.

Tel/Fax: 36-22-500 392

Directora: Sra. Gáborné Herold.

Actividad: Uno de los distribuidores de muebles de hogar más importante fuera de Budapest. Dispone de una tienda en Székesfehérvár. Importa sobre todo de Italia y Alemania, aunque está aumentando su interés por el producto español, sobre todo de gama medio-alta, clásico y rústico.

PESTI SZALON

1061 Budapest, Andrássy út. 38

Tel: 36 1 332 5530Fax: 36 1 332 5738

Persona de Contacto: Kovács Sebestény Ilona

Importador y minorista de muebles que dispone de un show room en el centro comercial de Budapest. Expone mobiliario y objetos de decoración de estilo clásico y gama alta, de origen italiano y español.

SIL ENTERIÔR

1061 Budapest, Váci út 1-3 (WEST END City Center)

Tel: 36-1-204 86 19 Fax: 36-1-204 86 75

Persona de contacto: Sra. Monika Marton (Directora de Compras).

Idiomas: inglés y alemán.

Pertenece al grupo SIL TRADE. Empresa de reciente creación dentro del grupo enfocada a la importación y distribución de mobiliario de hogar, cocina y accesorios de casa, especialmente gama medio alta y alta. Muy introducidos en el terreno del contract. Han abierto un show-room en el WEST END City Center, uno de los centros comerciales más elegantes de Budapest. Tienen contactos con numerosos fabricantes españoles.

STÚDIÓ BALOG

1135 Budapest, Róbert Károly krt. 82-84.

Tel, Fax: 36-1-239.13.79; 36-1-359.37.16

© Anieme. 2003

TELMEX KFT.

2000 Szentendre, Pannónia u. 38. P.O. Box 132.

Tel: 36-26-314.187; Fax: 36-26-301.301

e-mail: telmex@mail.matav.hu

Directora comercial: Sra. Dóra Nyári.

Fabricante e importador de muebles de hogar y de oficina.

TÉR ÉS FORMA RT.- VERSAILLES KASTÉLYBÚTOR

11068 Budapest, Városligeti fasor 44.

Tel: 36-1-351.77.70 Móvil: 36-309-510.572 Fax: 36-1-351.77.78;

E-mail: info@kastelybutor.info.hu

Director Gerente: Sr. György Benza, Persona de contacto: Sra. Annamária. Hollósi (español).

VAM ART - DESIGN

1061 Budapest, Király u.22 - Káldy u.1.

Tel: 36-1-268.91.80 Fax: 36-1-268.91.86/36-1-322 70 79

Persona de contacto: Sra. Agnes Vincze.

Idioma: inglés.

© Anieme. 2003

XII. 2. SUPERFICIES COMERCIALES DE MUEBLES

DOMUS LÁNC Kft.

1126 Budapest, Nagy Jenó u. 12

Tel: 36-1-212.05.33 Fax: 36-1-212.05.73

Contacto: Sra. Mária Buka

Actividad: Mayor distribuidor de muebles en Hungría con más de 20 tiendas. Dos de sus tiendas disponen de un departamento especializado en mobiliario de oficina. Importan de Alemania, Austria e Italia.

IKEA

1148 Budapest, Örs Vezér tere

Dirección postal: 1370 Budapest, POB 318.

Tel. 36-1-460 31 00

Fax. 36-1-460 31 97

Gerente: Sr. László Reiter

Página web: www.ikea.com

La central de compras para productos españoles está en Portugal. La filial húngara sólo está autorizada a comprar productos fabricados en Hungría, el resto de las compras las decide la central.

Cuenta con dos tiendas, una en Budapest, y la segunda en Budaörs (alrededores de la capital).

KIKA Lakberendezési Kft.

1135 Budapest, Lehel u. 51
Tel: 36-1-236 63 00/236 63 01

Fax: 36-1-320 32 46

Director gerente: Sr. Attila Juhász (Idioma Alemán)

Actividad: Uno de los principales distribuidores de mueble importado. Pertenece al grupo austríaco KIKA LEINER. Están presentes en el mercado húngaro desde 1990 (bajo el nombre de MICHELFEIT). El 80% de los productos que comercializa provienen de la importación (especialmente de Alemania, Austria, China, Italia y Gran Bretaña. Estarían interesados en mueble español a medio plazo, ya que esperan expandirse. Especialmente tapicería.

© Anieme. 2003

XII. 3. HIPERMERCADOS DISTRIBUIDORES DE MUEBLES

AUCHAN MAGYARORSZÁG KFT

2040 Budaörs, Sport u. 2-4

Tel:36-23-416.930; Fax:416.929

E-mail: auchan@mail.elender.hu

Sra. Vilenne

CORA MAGYARORSZÁG KFT

2045 Törökbalint, Torbágy u. 1

Tel: 36-23-515.500; Fax: 36-23-334.307

Página web: www.cora.hu

Sra. Andrea Klész

Cadena francesa de hipermercados que cuenta con 4 establecimientos en Hungría (3 en los alrededores de Budapest, y el cuarto en Szeged).

METRO KERESKEDELMI KFT.

2041 Budaörs, Budapark, Keleti 3.

Dirección postal: 2041 Budaörs, POB 218.

Tel.: 36-23-418.030 Fax: 36-23-418

Cadena de cash and carries (2 en Budapest y 5 en provincias: Debrecen, Pécs, Miskolc, Szeged) que pertenece al grupo suizo Metro.

TESCO - GLOBAL TH RT.

Cadena de 43 supermercados en el área de Gy□r en propiedad de empresas británicas Tesco 95.48%, Tienen dos hipermercados en las afueras de Budapest.

Sede de la empresa:9023 Gy□r, Herman O. u. 22/A

Tel: 36-96-50 41 66 Fax: 36-96-416 807

Dpto. Importación: Sra. Sra. Gabriella Kovács Idioma: inglés

Oficina en Budapest: 2040 Budaörs, Szabadság u. 117

Tel.: 36-23-507 200 Fax.: 36-23-507 340

Persona de contacto: Dr. Attila Baranyai (Dpto comercial)

© Anieme. 2003