

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Budapest

El mercado del mueble de hogar en Hungría

El mercado del mueble de hogar en Hungría

Este estudio ha sido realizado por **Juan José Gómez Giraldo** bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Budapest

Julio de 2005

INDICE

0.	RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I.	INTRODUCCIÓN	8
	1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS	8
II.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	10
	1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	10
	1.1. Tamaño de la oferta	10
	1.2. Análisis de los componentes de la oferta	12
	2. ANÁLISIS CUALITATIVO	19
	2.1. Producción	19
	2.2. Obstáculos comerciales	20
III.	ANÁLISIS DEL COMERCIO	24
	1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	24
	1.1. Canales de distribución	24
	1.2. Esquema de la distribución	24
	1.3. Principales distribuidores	25
	2. ANÁLISIS CUALITATIVO	26
	2.1. Estrategias de canal	26
	2.2. Estrategias para el contacto comercial	26
	2.3. Condiciones de acceso	26
	2.4. Condiciones de suministro	27
	2.5. Promoción y publicidad	27

2.6 Tendencias de la distribución	27
-----------------------------------	----

IV. ● ANÁLISIS DE LA DEMANDA **28**

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	28
1.1. Factores sociodemográficos	28
1.2. Factores económicos	30
1.3. Distribución de la renta disponible	32
1.4. Tendencias sociopolíticas	32
1.5. Tendencias culturales	33
1.6. Tendencias legislativas	33
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	34
2.1. Hábitos de consumo	34
2.2. Hábitos de compra	34
2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor	35
2.4. Preferencias	35
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	36

VI. ● ANEXOS **38**

1. INFORMES DE FERIAS	38
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	42
3. BIBLIOGRAFÍA	57

0. RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio es presentar al exportador español la situación del mercado húngaro de mueble de hogar, para poder con ello diseñar una estrategia exitosa en la tarea de introducir sus productos en este mercado.

El mercado del mueble de hogar en Hungría viene presentando cambios significativos en Hungría desde los pasados años.

Bajo el régimen comunista la oferta de bienes de consumo, y en concreto de muebles, era escasa y poco variada y la demanda baja, pero con el cambio de régimen político y la conversión a una economía de mercado, el sector del mueble ha sufrido una notable transformación y modernización en los últimos diez a quince años.

“Las tres características más destacadas del mercado de muebles en Hungría para los próximos años son: expansión hacia las zonas rurales, disminución del número de pequeñas tiendas y competencia cada vez más fuerte” (BBJ, 19-25 Mayo de 2003).

Analizando el macro sector de mueble, se observa que las fábricas húngaras se dedican mayoritariamente a la producción de mueble de hogar, aunque bajo modelos clásicos. La oferta de nuevas tendencias y muebles de vanguardia procede, en su gran mayoría, de la importación. Italia y España son los dos países que más contribuyen a la introducción de muebles de hogar con estas características, situándose junto a las grandes cadenas distribuidoras, como Kika o Ikea, que ofertan asimismo muebles de diseño.

En este sector, las importaciones constituyen un 40% de la oferta total de mueble de hogar. La procedencia de esta oferta es, por este orden, Polonia, Italia, Rumanía y Alemania. España ha pasado de ocupar el quinto puesto durante los primeros años de dos mil al séptimo en 2004.

La exportaciones están dirigidas hacia los países vecinos: Austria, Eslovaquia, Rumania, Eslovenia.

En lo referente a la producción húngara, ésta supone una competencia a considerar para los muebles de hogar importados, ya que se oferta a un precio mucho más bajo y con una calidad cada vez mejor. Debido al poder adquisitivo inferior a la Unión Europea, el factor

más importante para los consumidores húngaros es el precio y, tras éste, la calidad y la funcionalidad.

Durante 2004, la producción creció en Hungría en un 8%, después de dos años muy difíciles. Por su parte, la exportación creció un 3% y la importación un 11%.

Las previsiones a largo plazo en cuanto a la evolución de la demanda son positivas a pesar de la situación desfavorable actual de la economía mundial.

Ni los productores ni los importadores esperaban un cambio radical con la entrada efectiva de Hungría a la Unión Europea el pasado 1 de mayo de 2004. Los aranceles para los muebles importados de la UE eran 0% desde hace varios años, y las grandes empresas del sector ya estaban presentes en el mercado húngaro antes de esta entrada.

Los comerciantes seleccionan a sus proveedores en función de la confianza, la calidad, los servicios complementarios, la relación precio-calidad y los aspectos logísticos, así como el cumplimiento con los plazos y los modos de entrega. Los proveedores españoles gozan de buena reputación en Hungría, y los comerciantes húngaros se muestran abiertos hacia los nuevos contactos con españoles, quienes deben esforzarse para suministrar en plazos breves y con buen servicio.

Las importaciones españolas se caracterizan por apuntar a las clases media-alta.

La demanda por los muebles aumenta debido, por un lado, a la construcción de nuevas viviendas, y por otro, como consecuencia de la ampliación de una nueva clase media. Los compradores esperan cada vez más que se satisfagan sus exigencias exclusivas mediante un tratamiento más personalizado.

El mercado inmobiliario se encuentra en una posición de auge: hay muchos proyectos de construcción de viviendas y existen créditos favorables para la adquisición de pisos. El número de viviendas inauguradas aumentó radicalmente entre 1998-2002, destacando las de la capital donde el aumento fue de más del 50%.

Los motivos que originan la compra de muebles son normalmente los siguientes: mudanza a un piso nuevo, deterioro del anterior, reformas en la vivienda y cambio de imagen en el hogar, mientras que las temporadas más altas coinciden con la que precede a la Navidad, los meses de primavera y septiembre.

Respecto a los medios de distribución, los principales son los fabricantes locales a través de tiendas propias y de minoristas, ocupando una cuota del 60%. Por detrás de ellos, los importadores y las grandes superficies representan un 20% del sector respectivamente.

Al final, hay que mencionar que se pueden encontrar los muebles de varias fábricas españolas en el país; la mayoría de ellas tiene relación con 1-2 importadores / distribuidores. En general se reconoce el mueble de oficina español; señalamos la conveniencia de dirigirse al segmento alto o medio-alto del mercado, compitiendo con el producto italiano por calidad / diseño. El segmento medio o bajo está copado por productos húngaros, con los que es difícil competir.

Como conclusión para los intereses españoles, hay que señalar la conveniencia de competir por calidad y con un precio lo más asequible posible. Junto a esto, es recomendable que los diseños que se intenten introducir en el mercado húngaro sean novedosos y atractivos para el cada vez más europeizado gusto del comprador húngaro.

I. INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente estudio está dedicado al análisis de la situación actual y evolución reciente del sector de mueble de hogar. Analiza las características del sector referido y de las principales empresas que en él operan, centrándose en los productos de mayor interés real o potencial para la exportación española.

Partida Arancelaria	Denominación
94014000	Asientos transformables en cama, excepto el material de acampar o de jardín
94015000	Asientos de ratán, mimbre, bambú o materias similares
94016100	Asientos con armazón de madera tapizados
94016900	Los demás asientos con armazón de madera
94017100	Asientos con armazón de metal tapizados
94017900	Los demás asientos con armazón de metal
94018000	Los demás asientos
94032091	Camas
94035000	Muebles de madera de los tipos utilizados en los dormitorios
94036010	Muebles de madera de los tipos utilizados en comedores y cuartos de estar
94036090	Los demás muebles de madera
94038000	Muebles de otras materias, incluido el ratán, mimbre, bambú o materias similares

Para los datos del estudio facilitados en HUF se ha aplicado el tipo de cambio medio oficial del Banco Nacional de Hungría según la siguiente tabla:

Año	HUF/ EUR
1999	252.78
2000	260.04
2001	256.68
2002	242.97
2003	253.51
2004	251.68

El sector exterior ha sufrido la apreciación del forinto y de hecho el déficit por cuenta corriente en el 2004 fue un 12% superior al registrado en el 2003.

El gobierno húngaro ha indicado que no prevé la entrada en la Unión Monetaria hasta el 2010. Para los próximos años se estima que la cotización del HUF se mantenga en un tipo de 260 HUF por Euro.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

Tabla A (Análisis de la economía húngara global. Datos en millones EUR)

	1999	2000	2001	2002	2003	2003/1999
						%
Producción	91.211,7	107.792,3	122.655,4	143.989,3	151.560,1	66.2
Importaciones (+)	25.008,3	33.004,9	36.155,9	39.926,9	41.132,0	64.5
Exportaciones (-)	23.887,6	30.971,0	35.017,5	36.503,1	38.161,0	59.8
Indicador consumo aparente	92.332,5	109.827,3	123.895,9	147.413,1	154.531,1	67.4

Analizando la Tabla A sobre la economía húngara global, se puede ver que el valor de la producción es mucho mayor a las importaciones y que la producción, la importación, la exportación y el consumo han crecido en el mismo ritmo durante los últimos 5 años.

En 2004, las importaciones alcanzaron en Hungría un valor de 47.910 millones de €, mientras que el valor de las exportaciones fue de 44.063 millones de €.

A fecha de realización de este estudio, no se contaba con datos de producción global para 2004.

Tabla B (Macro sector de mueble. Datos en miles de EUR)

	1998	1999	2000	2001	2002	2002 / 1998
Producción	249.244	245.609	310.475	385.133	504.019	102,2 %
+ Importaciones	176.917	221.566	280.349	287.442	354.348	100,3 %
- Exportaciones	366.057	498.980	579.321	662.386	692.136	89,1 %
Indicador de consumo estimado	60.104	-31.805	11.503	10.189	166.231	176,6%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngara

Comparando la Tabla B con la Tabla A, el macro sector de mueble ha crecido más dinámicamente que la economía global, especialmente el consumo, y abarca aproximadamente el 0,3% de la producción húngara total.

Tabla C (detalle por productos de interés. Datos en miles EUR)

Posiciones arancelarias	Producto	2000	2001	2002	2003	2004	2004/ 2000
Importación	Total	80.978	88.635	117.364	138.245	143.034	76,6 %
94014000	Asientos transformables en cama	1.118	1.460	2.444	4.352	4.865	335,1%
94015000	Asientos de ratán, mimbré, mambu o similares	1.606	1.581	1.638	2.736	1.599	-0,4%
94016100	Asientos de madera tapizados	11.008	12.619	16.843	20.558	21.425	94,6%
94016900	Otros asientos de madera	3.988	3.947	4.824	6.221	5.869	47,2%
94017100	Asientos de metal tapizados	4.631	4.376	4.724	5.226	5.021	8,4 %
94017900	Otros asientos de metal	2.682	2.854	3.727	4.130	4.640	73,0%
94018000	Los demás asientos	4.854	4.479	6.304	6.101	4.427	-8,8%
94032091	Camas	745	809	1.057	1.450	1.463	96,4%
94035000	Muebles de madera para dormitorios	7.885	9.666	14.412	15.809	15.442	95,8%
94036010	Muebles de madera para comedores y los demás	26.393	28.465	38.806	45.398	47.119	78,5%
94036090	Los demás muebles de madera	13.533	15.684	20.116	22.880	26.701	97,3 %
94038000	Muebles de otras materias	2.530	2.689	2.463	3.340	4.463	76,4%
Exportación	Total	135.403	149.709	154.792	141.708	159.366	17,7%
94014000	Asientos transformables	7.723	9.752	10.258	12.633	11.765	52,3%

	en cama						
94015000	Asientos de ratán, mimbré, mambu o similares	798	1.419	514	2.191	2.768	246,9%
94016100	Asientos de madera tapizados	64.241	79.274	88.194	84.551	99.434	54,8%
94016900	Otros asientos de madera	9.517	9.067	9.412	8.005	5.688	-40,2%
94017100	Asientos de metal tapizados	1.225	662	808	1.093	2.542	107,5%
94017900	Otros asientos de metal	8.015	8.405	8.946	6.773	7.006	-12,6%
94018000	Los demás asientos	2.333	2.777	3.406	2.841	2.733	17,1%
94032091	Camas	747	328	359	172	182	-75,6%
94035000	Muebles de madera para dormitorios	2.164	2.054	2.325	1.821	1.778	-17,8%
94036010	Muebles de madera para comedores	23.890	21.433	18.047	12.682	14.238	-40,4%
94036090	Los demás muebles de madera	14.396	13.207	12.164	8.484	10.985	-23,7
94038000	Muebles de otras materias	348	1.331	363	456	247	-29,0%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngara

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

Producción

En consonancia con el reparto geográfico existente en Hungría, donde el 20% de la población reside en la capital, un análisis de la situación geográfica de las principales empresas húngaras fabricantes de muebles revela que éstas, igualmente, se encuentran en Budapest.

	Periodo	Sociedades	Empresas familiares	Total
Industria en total	2001	42.565	40.424	82.979
	2002	43.002	39.015	82.016
	2003	44.028	35.839	79.862
Fabricación de muebles	2003	2.222	2.274	4.496
%	2001	4,8	5,0	4,9
	2002	4,9	5,1	5,0
	2003	5,1	6,3	5,6
Crecimiento	2001-03	+0,3%	+1,3 %	+1,0%

DATOS DE PRODUCCIÓN EN HUNGRÍA SECTOR MUEBLE

Año	Producción en millones Euros	% Producción Mundial
2004	410	0,55
2003	382	0,50
2002	505	0,65
2001	387	0,47
2000	312	0,38

DATOS DE PRODUCCIÓN EN HUNGRÍA SECTOR MUEBLE DE HOGAR

Año	Sofás y sillones		Otros muebles	
	Producción	Venta Nacional	Producción	Venta Nacional
2003	164.885	66.269	139.245	86.781
2002	227.600	117.710	160.513	104.539
2001	181.938	74.801	125.058	75.190
2000	124.596	53.837	119.596	71.999
1999	85.845	37.582	115.515	67.252

EMPRESAS HÚNGARAS EN EL SECTOR DEL MUEBLE

SECTOR	PERIODO	SOCIEDADES	EMPRESAS FAMILIARES	TOTAL
Fabricación de muebles	2002	2.113	1.995	4.108

	2003	2.222	2.274	4.496
	Crec.	+109	+279	+388
Sillas y sillones	2003	432	580	1.012
	Crec.	+14	+24	+38
Otros	2003	1082	1253	2335
	Crec.	+28	+39	+66
Somieres	2003	19	7	26
	Crec.	+4	+3	+7

Crec=Crecimiento

Importaciones

Procedencia de las importaciones en Hungría

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES EN HUNGRÍA	2002	2003	Dif. %
<i>(Datos en millones de Euros)</i>			
Alemania	9.690	10.370	7
Italia	3.012	2.980	-1,1
Austria	2.764	2.654	-4
Rusia	2.419	2.637	9
China	2.209	2.916	32
Francia	1.922	2.029	5,6
Japón	1.664	1.763	5,9
EEUU	1.477	1.357	-8,1
Gran Bretaña	1.135	1.146	1
Polonia	1.007	1.174	16,6
España (15°)	727	815	12,1

Importaciones en el sector del mueble de hogar, 2004

Ranking por países	Valor en EUR	Cuota de Importación %
Polonia	47.109.474	32,9
Italia	16.044.257	11,2
Rumanía	13.169.805	9,2

Alemania	12.634.781	8,8
China	6.380.899	4,5
Austria	6.130.883	4,3
España	4.470.292	3,1
Francia	4.406.893	3,1
Indonesia	4.240.893	3,0
República Checa	3.284.901	2,3
Top 10	117.873.078	82,4
Resto de países	25.161.550	17,6
Total	143.034.628	100,0

Importaciones en el sector del mueble de hogar, 2003

Ranking por países	Valor en EUR	Cuota de Importación %
Polonia	34.486.461	24,9
Italia	20.725.733	15,0
Alemania	14.194.083	10,3
Rumanía	11.352.975	8,2
España	6.506.381	4,7
Indonesia	5.993.916	4,3
China	5.947.599	4,3
Austria	4.656.600	3,4
Francia	3.761.888	2,7
Eslovaquia	3.367.654	2,4
Top 10	110.993.290	80,2
Resto de países	27.252.662	19,8
Total	138.245.952	100,0

Importaciones en el sector del mueble de hogar, 2002

Ranking por países	Valor en EUR	Cuota de Importación %
--------------------	--------------	---------------------------

Polonia	25.838.564	22,0
Italia	20.264.942	17,3
Alemania	12.263.706	10,4
Rumanía	9.532.873	8,1
España	6.032.457	5,1
Eslovaquia	4.443.179	3,8
China	3.849.320	3,3
Austria	3.708.555	3,2
Indonesia	3.256.147	2,8
Dinamarca	2.948.833	2,5
Top 10	92.138.576	78,5
Resto de países	25.225.853	21,5
Total	117.364.429	100,0

Importaciones en el sector del mueble de hogar, 2001

Ranking por países	Valor en EUR	Cuota de Importación %
Polonia	19.761.675	22,3
Italia	16.619.651	18,8
Alemania	10.052.050	11,3
Rumanía	6.888.375	7,8
España	5.284.960	6,0
Austria	3.062.800	3,5
Indonesia	2.957.857	3,3
Francia	2.658.794	3,0
República Checa	2.559.144	2,9
China	2.410.211	2,7
Top 10	72.255.517	81,6
Resto de países	16.379.834	18,4
Total	88.635.351	100,0

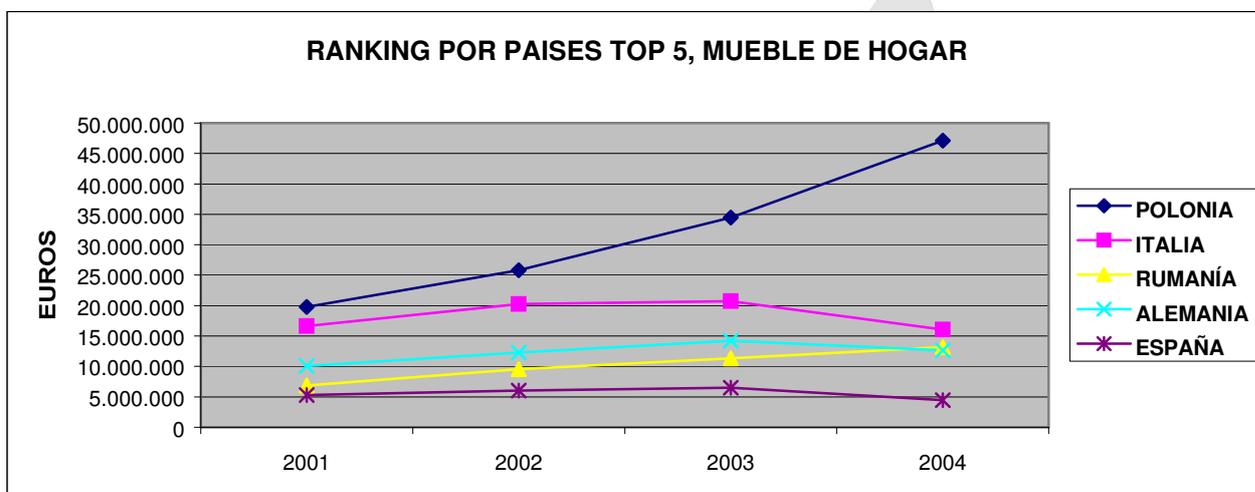
Importaciones en el sector del mueble de hogar, 2000

Ranking por países	Valor en EUR	Cuota de Importación %
Italia	15.344.217	18,9
Polonia	15.043.146	18,6
Alemania	9.697.439	12,0
Rumanía	6.253.651	7,7
España	5.673.555	7,0
Indonesia	3.216.816	4,0
Austria	3.081.652	3,8
Francia	2.470.258	3,1
República Checa	2.306.592	2,8
Suecia	2.160.278	2,7
Top 10	65.247.604	80,6
Resto de países	15.730.504	19,4
Total	80.978.108	100,0

Como comentario a las anteriores tablas, puede destacarse la presencia de países con una larga tradición exportadora en la zona, como Italia, Polonia o Alemania por un lado, y países donde las grandes empresas internacionales de mueble han trasladado sus plantas productivas y exportan al resto de países de la zona, como Rumanía, República Checa o Eslovaquia.

Por último, la presencia española merece por su parte un especial comentario. Los gráficos demuestran el descenso progresivo de las exportaciones españolas en Hungría en este sector, pasando del 7% en 2000 al 3,1% en 2004.

A continuación, analizaremos el movimiento de los cinco países más importantes durante los últimos cuatro años en el sector de mueble de hogar.

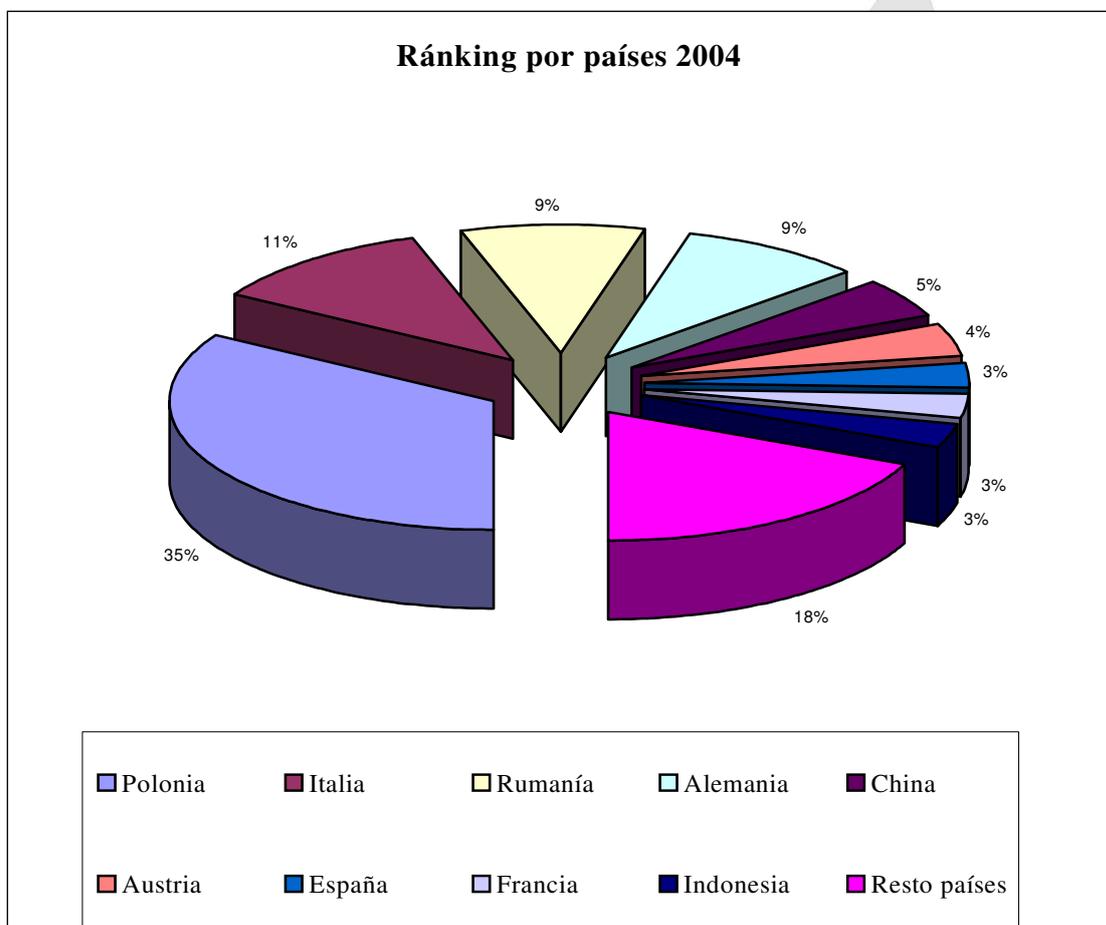


Este gráfico revela el pronunciado aumento de las importaciones desde Polonia, que ha doblado su volumen en estos últimos 4 años y que supera ampliamente la presencia de cualquier otro país en Hungría. Por su parte, Rumanía ha aumentado asimismo su presencia en el mercado, mientras que el resto de países estudiados, Italia, Alemania y España, no ofrecen cambios pronunciados en sus relaciones comerciales, y permanecen estables en el volumen de sus exportaciones hacia Hungría.

2. Ranking por países 2000-2004 – 10 países más importantes

10 países más importantes

	2000	2001	2002	2003	2004
1.	Italia	Polonia	Polonia	Polonia	Polonia
2.	Polonia	Italia	Italia	Italia	Italia
3.	Alemania	Alemania	Alemania	Alemania	Rumanía
4.	Rumanía	Rumanía	Rumanía	Rumanía	Alemania
5.	España	España	España	España	China
6.	Indonesia	Austria	Eslovaquia	Indonesia	Austria
7.	Austria	Indonesia	China	China	España
8.	Francia	Francia	Austria	Austria	Francia
9.	Rep. Checa	Rep. Checa	Indonesia	Francia	Indonesia
10.	Suecia	China	Dinamarca	Eslovaquia	Rep. Checa



2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

Durante el período comprendido entre los años 1995 y 2002, el desarrollo del sector de mueble fue continuo, especialmente el sector de mueble de hogar. La demanda se incrementó considerablemente debido al aumento del número de nuevas viviendas construidas.

Debido a la falta de capital, en un principio los fabricantes húngaros no fueron capaces de satisfacer las demandas de productos de gama alta.

Actualmente la mayoría de los productores de mueble se dedica a la fabricación de mueble de hogar y de interior para crear equilibrio en los cambios periódicos del valor de la demanda.

Sin embargo las tendencias globales de recesión han afectado el sector a partir de la segunda parte del año 2002.

En Hungría, más del 90% de las empresas del sector del mueble tiene una plantilla de menos de 9 personas. La mayoría de las PYMES produce muebles de gama media. Las fábricas utilizan regularmente componentes importados ya que la oferta húngara de estos productos no es suficiente para abastecer la producción.

En Hungría prácticamente, no existe fabricación de herrajes por lo cual las fábricas de mueble necesitan importar estos productos. Las importaciones de los herrajes provienen de Alemania, Italia y de Austria, debido a su precio favorable, gama amplia y a su buena calidad.

Como en el país hay elevadas existencias de madera, ésta no se importa, excepto las maderas exóticas de África, Lejano Oriente y de Latinoamérica.

2.2. Obstáculos comerciales

a) Normas técnicas de fabricación y homologación

Los muebles de hogar en Hungría deben cumplir una serie de condiciones en cuanto a "homologación y control de calidad". Para aquellos muebles que disponen de certificado de origen de la Unión Europea no será necesaria la homologación. En estos casos es necesario disponer de dicha documentación para mostrarla en las inspecciones que se realizan "in situ".

Tan solo en supuestos de concursos se puede requerir el disponer de la certificación y homologación expedida por KERMI en Hungría. A este fin, el Instituto de Calidad Comercial (KERMI) realiza las pruebas de calidad y extiende los certificados de homologación.

KERMI Minőségellenőrző és Szolgáltató Kft.

1088 Budapest, József Krt. 6

Tel.: +36-1-210 0740/0370

Fax: +36-1-314 3820

Departamento: Könnyűipari szakág (departamento de industria ligera)

Página web: www.kermi.hu

Correo electrónico: kermi@mail.matav.hu

Persona de contacto: Sra. Papolcsi Attiláné (habla inglés)

Una vez recibido el impreso de solicitud del certificado de calidad, el fabricante debe enviar a KERMI el contrato, confirmando que acepta las condiciones. Al mismo tiempo debe transferir una cantidad de dinero para realizar las pruebas necesarias. La posesión de un certificado de calidad de algún organismo reconocido o de la Unión Europea agiliza mucho el proceso.

El coste de obtención del certificado oscila entre los 40.000 y 80.000 HUF más IVA (25%), en total aproximadamente 320 EUR. El certificado se extiende en 30 días, pero en caso de urgencia puede obtenerse en dos semanas (10 días laborables), pagando un 50% más.

b) Regímenes comerciales y fiscales

Los aranceles a la importación para los productos de mueble de hogar en Hungría con certificado de origen de la UE son nulos.

El IVA (ÁFA en húngaro) es del 25%; sin embargo, según un anuncio del Ministerios, se prevé que se rebaje hasta el 19% ó 20% en los próximos meses.

Tampoco se precisan licencias a la importación.

c) Envase y embalaje

El embalaje de productos de mueble no requiere ninguna especificación fuera del propio cuidado del producto.

Suele hacerse en cajas de cartón ondulado que protejan los artículos, los cuales vienen generalmente recubiertos de plástico polyburbuja.

Además, la legislación nacional prescribe la obligación de etiquetar los productos con los siguientes requisitos: la etiqueta debe estar colocada sobre la mercancía o en su envoltorio, y tiene que contener en idioma húngaro la denominación exacta de la mercancía, finalidad de uso, nombre del productor o comercializador y lugar de procedencia.

d) Medios de pago y contratos comerciales

El medio de pago más usado es la transferencia bancaria. En ocasiones, en la primera relación comercial los importadores húngaros pueden acceder a pagar parte por adelantado (por ejemplo 30%) y el 70% restante a la entrega del pedido. Posteriormente, cuando la relación comercial es fluida, los importadores húngaros suelen realizar pago aplazado a 60 días.

El crédito documentario (carta de crédito) no se suele usar en Hungría por los elevados costes que cargan los bancos, y en ocasiones puede ser un obstáculo real a la conclusión de acuerdos comerciales. Sin embargo, existen empresas con suficiente capital y capacidad profesional que en ciertas ocasiones aceptan utilizar el crédito documentario.

e) Garantías

Los muebles, como cualquier otro producto de bienes de consumo, tiene una garantía de 24 meses. (Orden ministerial 49/2003, del día 30 de julio de 2003, que entró en vigor el día 1 de septiembre de 2003).

Si en los primeros 6 meses -desde el día de la compra- el consumidor presenta reclamación referente a la calidad, el establecimiento de venta está obligado a devolver el importe de compra, cambiar el modelo deteriorado por uno nuevo, o reparar el modelo defectuoso. Cuando el cliente reclama un producto o una pieza defectuosa, es el vendedor quién tiene que justificar que el defecto se ha producido con el uso. A partir de los 6 meses de la compra (hasta los 24 meses) es el consumidor que tiene que justificar que el defecto viene de la fábrica. El producto o la pieza defectuosa debe llevarse a la "Protección del Consumidor" (Fogyasztó Védelem) para que reciba la inspección pericial, que determinará si el defecto viene de fábrica o si, por el contrario se ha producido por el uso o

la manipulación indebida del consumidor. Este proceso tiene un coste de 1.000 HUF (4 EUR).

f) Transporte

El transporte desde España conlleva que el coste de traer un camión desde la península hasta Hungría es aproximadamente el doble de lo que supone el transporte desde Alemania.

El transporte húngaro es preferido por los importadores por la diferencia de precio entre transportistas locales y españoles.

El transporte desde España se suele realizar por camión. Las carreteras son aceptables.

g) Defensa jurídica

En Hungría existen abogados locales con experiencia en relaciones comerciales hispano-húngaras que hablan español. Es interesante al realizar el contrato comercial introducir una cláusula en el mismo indicando que en caso de desavenencias entre las partes se aplique el reglamento de conciliación y arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional, además del idioma a utilizar. Los importadores húngaros en ocasiones intentan que los litigios se puedan dirimir según el ordenamiento jurídico e idioma local. Para evitar estas situaciones es aconsejable utilizar los modelos de contrato de la Cámara de Comercio Internacional de París, o solicitarlos en su delegación en Hungría, o en la Cámara de Comercio de Budapest.

Cámara de Comercio de Budapest

BUDAPESTI KERESKEDELMI ES IPARKAMARA-EU INFORMATION CENTRE

Dirección: H-1016 Budapest, Krisztina Krt. 99

Persona de contacto: Sra. Lászlóné Vízhányó (idioma español, húngaro)

Teléfono: (36-1)-488 2178

Fax: (36-1)-488 2180

Web : www.bkik.hu

E-mail: euinfo@bkik.hu

h) Principales competidores

Los principales competidores del mueble de hogar español son los muebles de origen italiano y alemán. Estos productos son de calidad media-alta, de buen diseño, y su precio es alto. Hay que destacar que el diseño de los muebles italianos es parecido al de los españoles. Sin embargo, la distancia de transporte es más corta entre Hungría y Alemania o Italia que entre Hungría y España, lo que abarata los costes para el importador húngaro.

Por otro lado, los muebles de cadenas internacionales como Ikea o Kika son también muy del gusto del consumidor húngaro.

Por último, los muebles de procedencia local no suponen una competencia directa para los fabricantes españoles, ya que su calidad es inferior y de diseño más clásico, algo que aunque aún sigue teniendo cabida en el mercado húngaro, está siendo cada vez más desplazado a favor de líneas modernas.

i) Estrategias de marketing

Los márgenes comerciales se sitúan alrededor de un 20-30%.

La promoción y publicidad se lleva a cabo a través de revistas especializadas (Otón, Lakáskultúra y), ferias sectoriales (Bútorvilág) o márketing directo.

Los instaladores – distribuidores líderes del sector ofrecen un servicio de montaje durante 24 horas al día permitiendo a las empresas trabajar sin interrupción.

A la hora de entrar al mercado es casi imprescindible ofrecer ciertos servicios adicionales y servicios post-venta; los fabricantes realizan asimismo entrega a domicilio, montaje, diseño interior, construcción, mantenimiento y reparación en su caso.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

La distribución de mueble de hogar se realiza a través de varios canales:

Fabricante local Consumidor

Fabricante extranjero Importador Consumidor

Fabricante extranjero Importador / Mayorista Minorista Consumidor

1.2. Esquema de la distribución

El comercio interior y exterior está liberalizado en Hungría desde el año 1989. Hasta ese año, la oferta local se canalizaba por la gran empresa mayorista Bútorértékesítő Vállalat, que compraba directamente a las fábricas y luego vendía a las tiendas.

Al comercio de muebles se dedican tanto los fabricantes como las cadenas de distribución tradicionales y nuevas. (p. ej. DOMUS e IKEA o KIKÁ, respectivamente).

Además, existen empresas dedicadas al comercio minorista que actúan en representación de los fabricantes, así como alguna dedicada al comercio semi-mayorista.

En la tabla siguiente podemos ver la cuota estimada que tienen los diferentes participantes del sector en el mercado:

Canales de distribución	Cuota estimada
Ventas de los fabricantes locales y de sus distribuidores	60%
Ventas por importadores	20%
Ventas de importaciones por grandes superficies de hogar	20%
Total	100.0%

1.3. Principales distribuidores

La desintegración o la transformación organizacional de las antiguas cadenas de mayoristas y detallistas produjo otro desventajoso impacto en la industria húngara del mueble en la década de los 90. Se produce en ese momento la entrada de grandes superficies internacionales especializadas en muebles y equipamiento de hogar como Ikea, Sconto, Tutto Mobili o Kika. Este sector de la distribución se caracteriza por el gigantismo de las grandes superficies, con acuerdos de colaboración entre algunas de ellas como el alcanzado por Alcampo, Ikea y Cora. Todas estas grandes superficies del mueble venden principalmente productos de importación.

Sus mayores inconvenientes son la necesidad de grandes inversiones y los elevados costes de mantenimiento; en cambio, juegan a su favor unos precios competitivos puesto que se ahorran los intermediarios, una esmerada presentación del producto y marketing, y la venta de mueble modular (facilita la importación y reduce los costes) responde a la práctica entendida en Hungría de fabricación manual. En cuanto a sus estrategias publicitarias: sus campañas son constantes, con más insistencia en ofertas puntuales, suelen repartir folletos publicitarios con las ofertas vigentes por 15 días o 1 mes en los buzones de las casas.

Por lo que respecta a tiendas podemos diferenciar distintos tipos:

- Tiendas donde sólo se venden muebles de hogar. Son importadores tanto de muebles de calidad alta y diseños exclusivos, como de calidad media. Es poco frecuente encontrarlos de gama baja. Algunas de estas tiendas no cuentan con show-room, sino que el cliente elige sus muebles a partir de un catálogo, la tienda hace un diseño adaptado a sus necesidades y lo manda a la fábrica. Esto normalmente alarga los períodos de espera, ya que la fábrica espera a tener varios pedidos para servirlos. En el caso de una fábrica en la República Checa o Eslovaquia este periodo puede extenderse a 6-8 semanas. Las tiendas con show-room para los muebles de hogar comienzan a centrarse geográficamente en Budapest.
- Tiendas donde se combina la venta de mueble de hogar con mueble de cocina, baño, textiles de hogar o mueble accesorio. Son más habituales que en España.
- Estudios de interiorismo. Apenas disponen de muebles en exposición, pero están adquiriendo una muy especial importancia en este mercado. Suelen dedicarse a diseños con todo tipo de muebles, pero por lo general el de hogar es el más relevante.
- Tiendas exclusivas de fabricantes: algunos fabricantes húngaros optan por establecer su propia cadena de tiendas.
- Pequeños talleres de carpinteros, generalmente orientados al segmento medio-bajo / bajo. Venden directamente al cliente desde su taller. También entran aquí en

juego cadenas de tiendas de bricolaje como Bricostore, donde los consumidores pueden elegir maderas para montar sus muebles.

Por otro lado, y respecto a la figura del agente o representante en Hungría, hay que señalar que hasta hace poco este sistema no estaba muy extendido, y tampoco existe un colegio de agentes comerciales. Es por esto que nos podemos encontrar con agentes sin especialización que se dedican a productos muy diversos, muchas veces incluso pertenecientes a distintos sectores.

Por último, apuntar que los principales distribuidores con interés en el producto español son Line Kft, Hacienda, Levante Enterieur, Casa Decor y El Castillo (ver anexos).

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1 Estrategias de canal

Para introducirse en el mercado húngaro es conveniente dirigirse a importadores/mayoristas que tengan una experiencia de varios años. También es interesante la introducción a través de las empresas especializadas en licitaciones públicas que puedan actuar como representantes.

Las grandes superficies de hogar (IKEA, KIKI, etc.) son una tercera vía pues están ganando cuota de mercado de manera importante a las tiendas tradicionales. Debido a esta situación altamente competitiva se espera que siga disminuyendo el número de participantes en el mercado, tanto por parte de los mayoristas como de los minoristas.

Una posibilidad para introducirse en el mercado húngaro es ofreciendo un producto competitivo, de calidad media-alta / alta o con alguna novedad.

En este sector las estanterías y sistemas de almacenaje importados de España son algunos productos de interés con los cuales se puede ganar cuota de mercado.

2.2 Estrategias para el contacto comercial

El modo más conveniente para conocer las empresas húngaras es acudiendo a una de las ferias que tocan el sector (BÚTORVILÁG), aunque actualmente no existe una feria especializada en mueble de oficina. En el catálogo de dicha feria aparecen las empresas participantes y su actividad principal.

Una opción también es contactar con la Asociación Nacional de Mueble y de Madera.

Las páginas: <http://www.irodabutor.lap.hu> y <http://www.lakberendezes.lap.hu> recogen información sobre fabricantes, importadores, mayoristas, minoristas, instaladores, etc... y los links con las páginas de dichas empresas donde se presenta la oferta de las mismas.

2.3 Condiciones de acceso

Para introducirse en Hungría es muy importante asegurar un adecuado servicio post-venta.

2.4 Condiciones de suministro

El transporte se lleva a cabo por carretera; el servicio de entrega de la mercancía debe ser rápido y puntual ya que para el importador húngaro es crucial el cumplimiento de los plazos de entrega. Normalmente las fábricas realizan los pedidos entre 3-6 semanas, dependiendo del volumen del pedido, trabajando con diferentes paridades de transporte. Los importadores / mayoristas evitan tener productos en almacén por lo cual hacen los pedidos a las fábricas sólo cuando el minorista o cliente final los pide. Los almacenes y las tiendas de grande superficie ofrecen los productos a base de tipo cash-and-carry lo que permite que el consumidor los lleve inmediatamente, mientras en otras tiendas el comprador tiene que esperar entre 1-4 semanas hasta que le suministran el pedido.

2.5 Promoción y publicidad

Especialmente los fabricantes extranjeros que tienen un representante exclusivo en Hungría suelen financiar una parte o la totalidad de los costes de promoción y publicidad.

2.6 Tendencias de la distribución

Varias fábricas húngaras disponen de su propia red de distribución que está presente por todas las partes del país; éstas tienen la cuota de mercado más grande en el sector de mueble de oficina. En el segundo lugar se encuentran los representantes de marcas extranjeras y las redes de distribución de los mayoristas. En el tercer lugar vienen las grandes superficies, como KIKI, IKEA, etc...

IV ● ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

FICHA PAÍS	
DATOS BÁSICOS	
Superficie	93.036 km ²
Capital	Budapest
Población total	10.095.000 (enero 2005)
Moneda y tipo de cambio	Florín húngaro (forinto); 1 Eur = 246 forintos
Jefe de Estado	Dr. Ferenc Mádl
Primer Ministro	Ferenc Gyurcsány

La población es de 10.142.000 habitantes, de los cuales unos 1,72 m. viven en Budapest. Salvo Debrecen, que cuenta con 205.881 habitantes, las principales ciudades (Miskolc, Szeged, Pécs y Győr), no superan los 200.000 habitantes. La densidad es de 109 habitantes/km². Durante principios de los años 80, la tasa de mortalidad ha venido superando a la de natalidad, por lo que la población está decreciendo. Para el año 2020 se prevé una población de 9,5 millones.

La estructura familiar ha sufrido importantes cambios durante las últimas décadas siguiendo el patrón del resto de países europeos caracterizado por descensos en las tasas de natalidad, mortalidad, nupcialidad e incrementos en la esperanza de vida. La edad media a la que se independiza un hijo húngaro del hogar de los padres es los 22 años, siendo la edad media a la que contraen matrimonio los 25 años para los hombres y 20 años para las mujeres, con un primer hijo a los 27 años.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO			
(1 de enero) Año	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1998	10.135.400	4.841.900	5.293.500
1999	10.091.800	4.817.600	5.274.200
2000	10.044.000	4.790.988	5.253.012
2001	10.200.000	4.851.000	5.349.000
2002	10.175.000	4.837.000	5.338.000
2003	10.142.000	4.818.000	5.324.000

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES Y SEXO (2003)			
EDAD	0-14	15-59	60-X
	16,1 %	63,1%	20,8%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngaras

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR NÚCLEOS DE POBLACIÓN (2003)				
(% / Número de habitantes)				
Habitantes	< 1.000	1.000-10.000	10.000-100.000	> 100.000
2003	7,7%	33,5%	30,4%	28,4%

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngaras

Los grupos de población más numerosos son los comprendidos entre los 0 y 14 años y los 20 y 29 años. El 65% de la población vive en núcleos urbanos. Esta disposición tiene consecuencias importantes sobre los gustos y el poder adquisitivo ya que es en las ciudades donde se está produciendo el crecimiento y desarrollo de clases medias que representan un tirón de la demanda.

La distribución de la población geográficamente queda como se indica en el siguiente cuadro.

Regiones	Area km2	Habitantes personas	Población densidad personas/km ²
Budapest	525	1 719 342	3 275
Pest	6 394	1 089 478	170
Hungría Central	6 919	2 829 047	409
Fejér	4 359	428 922	98
Komárom-Esztergom	2 265	317 110	140
Veszprém	4 613	374 578	81
Transdanubia Central	11 237	1 120 610	100

Győr-Moson-Sopron	4 089	435 256	106
Vas	3 336	268 591	81
Zala	3 784	299 112	79
Transdanubia occidental	11 209	1 002 959	89
Baranya	4 430	406 330	92
Somogy	6 036	336 799	56
Tolna	3 703	250 337	68
Transdanubia Sur	14 169	993 466	70
Borsod-Abaúj-Zemplén	7 247	749 104	103
Heves	3 637	326 800	90
Nógrád	2 544	220 600	87
Hungría Norte	13 428	1 296 504	97
Hajdú-Bihar	6 211	552 478	89
Jász-Nagykun-Szolnok	5 582	418 601	75
Szabolcs-Szatmár-Bereg	5 936	587 994	99
Gran Llanura Norte	17 729	1 559 073	88
Bács-Kiskun	8 445	545 989	65
Békés	5 631	399 061	71
Csongrád	4 263	428 144	100
Gran Llanura Sur	18 339	1 373 194	75

1.2. Factores económicos

DATOS ECONÓMICOS	2001	2002	2003	2004
Evolución del P.I.B. (%)	3,8	3,3	2,9	4
P.I.B. por habitante (\$ / □)	11.900 □	12.400 □	12.900 □	13.800 □
P.I.B. absoluto (M.\$ / □ corrientes)	57.859 □	68.925 □	73.239 □	80.284 □
Índice de precios al consumo (%)	9,2	5,3	5,7	6,8
Tipo interés de referencia	11,1%	9,1%	8,5%	11,4%
Desempleo (%)	5,7	5,9	5,9	6,3
Exportaciones (M.\$ / □)	34.697 □	36.821 □	38.161 □	44.063 □
Exportaciones a U.E. (M.\$ / □)	25.225 □	27.424 □	27.624 □	34.913* □
Importaciones (M.\$ / □)	37.193 □	39.024 □	41.132 □	47.910 □
Importaciones de U.E. (M.\$ / □)	21.691 □	22.458 □	22.800 □	34.178* □
Reservas exteriores (M.\$ / □)	12.195 □	9.920 □	10.142 □	11.703 □
Saldo presupuestario (% PIB)	-2,9	-9,4	-5,9	-5,1
Deuda externa (M.\$ / □)	37.816 □	39.155 □	47.622 □	56.837 □

RELACIONES BILATERALES				Último período disponible. Variaciones interanuales
Exportación española (M.\$ / □)	601 □	636 □	739 □	763 □
Cuota de mercado	1,6%	1,6%	1,8%	1,6%
Importación española (M.\$ / □)	789 □	932 □	1.116 □	1.294 □
Inversiones españolas (M. Euros)	76	-1	802	1.639 (ene-jun)
Inversiones en España (M. Euros)	1	1	1	- (ene-jun)
Deuda (M. Euros)		4,2		4,7 (sep)
Principales capítulos exportados en 2004	Vehículos automóviles; sus partes y accesorios: 31%, Maquinaria y material eléctrico y sus partes, y aparatos de telecomunicaciones y sus partes: 18%, Maquinaria mecánica y sus partes: 10%			
Principales capítulos importados en 2004	Maquinaria mecánica y sus partes: 42%, Maquinaria y material eléctrico y sus partes, y aparatos de telecomunicaciones y sus partes: 39%			
- Relaciones institucionales	Acuerdos cooperación industrial, energética y técnica. Amistad y cooperación. Promoción y protección de inversiones; doble imposición; reciprocidad devoluciones de IVA; convenio colaboración ICEX-ITDH			
- Relaciones financieras	CESCE: cobertura abierta en todos los plazos sin restricciones			
- Principales operaciones	Operaciones con financiación UE importantes. Empresas españolas participan poco en concursos.			
- Contenciosos	Arbitrariedades concurso ferrocarril empresa ELIOP. En general, escasez de contenciosos de importancia			
Principales empresas exportadoras	Dow Chemical, Irisbus, Casa Buades, Porcelanosa			
Principales empresas inversoras	BSCH, Grupo Uralita, Gestamp, Grupo Eulen, Max Plastic, Unión Fenosa			
UNIÓN EUROPEA	Adhesión realizada en mayo 2004. Fondos estructurales disponibles desde 1/04 (desembolso desde 5/04)			
OMC	Forma parte de la OMC desde 1995			
OBSERVACIONES	Forma parte de la OCDE			

*Datos del 2004 para UE 25 a partir del 1 de mayo. **Fuentes:** D.G. COMINVER, OFECOME Budapest, Instituto de Estadísticas Húngaro, Banco Nacional Húngaro.

Producto Interior Bruto:

El PIB per cápita PPA alcanzó en 1998 los 9.800 EUR, aumentando progresivamente hasta alcanzar los 10.600 EUR en 1999. 11.500 EUR en 2000 y 11.900 EUR en el 2001. Se calcula que representa el 52,5% de la media de la UE.

En el siguiente cuadro podemos ver la evolución de los índices de precios al consumo:

Índice de Precios al Consumo por grupos				
Año	Textil y calzado	Bienes de consumo duraderos	Servicios	Inflación global (Año previo=100)
1998	450,0	323,9	588,9	114,3
1999	497,7	345,3	676,1	110,0
2000	526,6	351,2	741,7	109,8
2001	554,5	354,7	814,4	109,2
2002	576,7	349	866,5	105,3

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngaras
* 1990 = 100

Evolución de los tipos de interés (%) a un año para el consumidor	
1998	14,6
1999	11,3
2000	8,8
2001	8,1
2002	7

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngaras

1.3. Distribución de la renta disponible

A continuación se dan algunas cantidades relativas a consumos per cápita en Hungría:

Consumo per cápita - año 2002	
Carne y productos cárnicos	62,4 kg/año
Leche	66,4 l/año
Cereales	105,6 kg/año
Frutas domésticas	37,8 kg/año
Verduras	54,5 kg/año

Fuente: Oficina Central de Estadísticas húngaras

Aproximadamente se puede decir que de la renta disponible de los hogares un 89% se destina a consumo, y un 11% a ahorro.

1.4. Tendencias sociopolíticas

En abril del 2002 se celebraron elecciones legislativas, que ganó el Partido Socialista Húngaro (MSZP). Éste gobierna en coalición con la Alianza de Demócratas Liberales (SZDSZ).

Tras las elecciones se constituyó un gobierno socialista-liberal, con Péter Medgyessy como primer ministro.

La adhesión de Hungría a la UE está prevista que se produzca el 1 de mayo del 2004.

1.5. Tendencias culturales

Budapest se presenta como una de las ciudades más tradicionales de la zona, con un gran arraigo cultural que la ha llevado a ser considerada como la puerta a los países del Este de Europa.

A continuación se presentan algunos datos relativos a la cultura en Hungría:

	1998	1999	2000	2001	2002
Número de libros publicados	10 626	9 731	8 986	8837	9990
En copias	47 046	44 652	35 246	32615	45502
Número de bibliotecas	3 908	3 786	3 585	3429	3200
Stock de bibliotecas, miles de unidades	46 905	46 355	46 475	45630	44907
Usuarios registrados, miles de personas	1 445	1 461	1 441	1416	1415
Asistencia a cines, miles de personas	14 577	14 071	14 294	15704	15278
Asistencia al teatro, miles de personas	4 116	4 013	3 938	3898	4151
Asistencia a conciertos, miles de personas	391	409	426	444	485
Asistencia a museos, miles de personas	10 009	9 714	9 895	9663	9775

Asimismo, en el siguiente cuadro se puede apreciar el número de personas en edad escolar, por grado de enseñanza:

Denominación (en miles de personas)	1998	1999	2000	2001	2002
Número de niños en pre-escolar,	376	367	353	342	331
Número de estudiantes en primaria	976	972	960	947	933
Aprendices	132	122	127	133	134
Número de estudiantes en secundaria	491	505	509	516	519
Número de estudiantes universitarios	279	305	327	349	381

1.6. Tendencias legislativas

En la actualidad, las tendencias legislativas en el país se están dirigiendo hacia la reducción de los tipos de contribución a la Seguridad Social, aún elevados. Asimismo, se continúan produciendo cambios en la normativa existente encaminada a la adopción del acervo comunitario.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

En el sector de mueble de hogar, los consumidores son los particulares, que adquieren estos productos para sus viviendas.

Sin embargo, debemos tener presente que los consumidores húngaros se comportan de una forma diferente a como lo hacen los del oeste de Europa, ya que las familias húngaras son incapaces de renovar sus muebles en un período tan corto como el empleado en Europa occidental. Por lo demás, los gustos de los consumidores húngaros son muy similares a los de la Unión Europea, aunque por el poder adquisitivo más bajo la calidad demandada en general es asimismo más baja.

Bajo el régimen anterior, en la época comunista, la oferta de bienes de consumo en el país era escasa y poco variada. Tras muchos años de socialismo y varios de transición económica, el mercado húngaro se caracterizaba por contar con una demanda potencial reprimida que se está volviendo efectiva a medida que el nivel de renta va mejorando.

2.2. Hábitos de compra

En este sector, la figura del comprador coincide por lo general con el consumidor final. La excepción serían las viviendas destinadas al alquiler, donde precio y funcionalidad son los factores decisivos.

La estratificación social que se produce con la transición hacia una economía de mercado nos lleva a diferenciar los siguientes tipos de compradores:

- Un primer segmento con ingresos altos y medios-altos (un 10% de la población): este es el único que puede permitirse comprar lo que realmente le gusta. Sus hábitos de consumo tienden a asemejarse a los de la clase media existente en 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 segunda 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.
- Finalmente, existiría una tercera capa con escasos recursos económicos: un 40% de la población aproximadamente. Son muy sensibles al precio. Las limitaciones en cuanto a la capacidad de compra hacen que esta capa se decante por los muebles más baratos,

que proceden normalmente de fabricación nacional, o en su caso, importados de países del entorno, normalmente de Polonia, Rumania o Eslovaquia. La compra de muebles de hogar no está entre sus prioridades por lo que sólo los adquieren cuando les es realmente necesario.

La decisión de compra suele ser meditada al tratarse de una adquisición a largo plazo, ya que los hogares cambian sus muebles cada 10-15 años.

2.3. Costes indirectos que soporta el consumidor

Los muebles de hogar de calidad alta son de diseño y las fábricas de esta categoría emplean personas profesionales para diseñar el mueble. Además, la empresa distribuidora del producto muchas veces ofrece servicios especiales, como por ejemplo:

- diseño interior completo de la estancia realizado por ordenador
- adquisición de todo tipo de accesorios
- servicio y montaje durante 24 horas al día

En el caso de algunas empresas el precio del mueble incluye estos servicios adicionales; otras empresas pueden facilitar dichos servicios por un precio más elevado. En el último caso, la consulta vale aprox. 23 EUR por hora y el diseño interior entre 23-44 EUR por hora.

Mayoritariamente los importadores húngaros no disponen de almacén. Hacen los pedidos según las necesidades del cliente y suministran la mercancía directamente al consumidor. En el caso de pedidos particulares, la empresa importadora-distribuidora pide a la fábrica que lo haga directamente. Evidentemente ambas soluciones conllevan costes indirectos.

2.4. Preferencias

Los gustos del comprador húngaro siguen siendo, en su gran mayoría, gustos clásicos, con preferencia por muebles de maderas nobles y diseño tradicional.

Sin embargo, en los últimos años los gustos en general se han europeizado en mayor medida, y la presencia de mueble moderno es cada vez más intensa. A esto ha contribuido la apertura de Hungría a Europa, y la asunción de los gustos europeos, así como la presencia de cadenas de distribución internacionales (Ikea, Kika) que apuestan por muebles funcionales y de diseño vanguardista con un precio asequible.

Las referencias y recomendaciones son de gran importancia a la hora de escoger el fabricante a quien pedir ofertas. Disponer de una sala de muestras es una gran ventaja ya que permite al consumidor ver los muebles y comprobar sus características.

Los húngaros, salvo los que quieren hacer ostentación de su dinero, gustan del mueble de líneas puras sin demasiados adornos, preferencia por las maderas y, en general, por un mueble de estilo clásico o rústico. Esto no impide el uso por parte de las generaciones más

jóvenes de colores más llamativos, frescos y modernos. Los materiales más de moda hoy por hoy son el saúco (elder), cereza, rojo haya (beech) y pino. El mueble lacado (barnizado) no es popular porque tiene un índice de quejas mayor al de otros muebles. Todavía hay mercado entre los consumidores de mayor edad para los colores oscuros como el caoba (mahogany) y el nogal (walnut).

El comprador húngaro prefiere hacer sus compras en los puntos de venta donde el número de dependientes no es muy elevado, y donde pueda realizar libremente su elección solicitando la ayuda de un empleado únicamente cuando le es necesaria. La creciente influencia de las revistas especializadas (Lakáskultura, Otthon, etc...) se está haciendo notar en los gustos de los consumidores, que normalmente se dejan guiar siempre que entre en sus presupuestos.

Al mismo tiempo, más y más pequeñas tiendas, estudios y tiendas de muebles exclusivos se van abriendo en Hungría. Para los diseñadores, lo más importante a tener en cuenta es que la mayoría de los húngaros viven en apartamentos de 50-60 m². En consecuencia, todo el mueble de hogar vendido en el país debería ser capaz de ajustarse a esta particularidad, lo que nos lleva al requisito de la funcionalidad.

En Hungría, las preferencias de los consumidores se pueden ordenar de la siguiente forma: funcionalidad, precio, funcionalidad, diseño, servicio, marca, imagen.

Se puede ver que el precio es más importante que la calidad debido al poder adquisitivo de los clientes, relativamente bajo. El diseño de los muebles tiene que estar en armonía con requisitos de funcionalidad.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, la percepción que se tiene desde Hungría de lo español es positiva. Sin embargo, en el caso de relaciones comerciales se apunta como factor negativo la distancia geográfica

Los aspectos positivos que refuerzan a los productores españoles son los siguientes:

1. El producto español en Hungría es percibido como de muy buena calidad y muy buen gusto, aunque bastante más caro que el mueble húngaro.
2. También se valora la flexibilidad de los productores españoles para servir cosas fuera del catálogo.
3. El estilo mediterráneo es muy popular en Hungría.
4. Se considera que el mueble español tiene más estilo que el italiano, aunque la presencia de este último es mayor en este mercado.

Por el contrario, los principales problemas de los comerciantes españoles serían:

1. La falta de la ayuda oficial a la promoción.
2. La no existencia de la distribución en exclusiva.

3. La falta de almacenes para acumular stock y así mejorar la atención al cliente y poder ofrecer precios mas ajustados.
4. La muy frecuente falta de conocimiento del mercado.
5. No son conscientes de que la situación para vender muebles españoles no es ya tan buena como lo era en el pasado.
6. Se critica que se tenga que pagar por adelantado.
7. La distancia y los costes de transporte.
8. Dilaciones en la entrega.
9. Problemas de comunicación, tanto por el idioma como por la no correspondencia fluida.
10. Falta de promoción para dar a conocer al gran publico la variedad de la oferta española.

Se cree que en el futuro la importación del mueble español puede disminuir, aunque irá muy ligada a la evolución del poder adquisitivo de la población. Es necesario que la industria de la construcción aumente y se construyan más casas, lo que aumentaría la demanda.

Es importante además conocer el estilo y manera de tratar al cliente húngaro, puesto que en cada país el cliente tiene un comportamiento y respuesta distintos.

En base a las entrevistas realizadas y la impresión general obtenida, se puede afirmar que el minorista húngaro sí ve posibilidades de aumentar las importaciones de producto español siempre y cuando éste resulte interesante y distinto. Los proveedores españoles gozan de buena reputación y los comerciantes húngaros se muestran abiertos hacia los nuevos contactos con empresas españolas.

Por lo general, las importaciones españolas se caracterizan por apuntar a las clases media-alta de compradores.

V. ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

Se trata del mecanismo clásico de orientación y compra utilizado por los detallistas independientes húngaros. Las ferias mas relevantes son:

1. Bútorvilág

(se incluye informe de la edición de 2004)

2. Budapest International Fair for Consumer Goods

Se celebra una vez al año y consta de cuatro secciones para distintos productos entre las que destacan las de hogar, casa y jardín.

Esta abierta al publico en general. Actualmente es la feria que cuenta con mayor participación de fabricantes húngaros, aunque cada vez son más numerosos los asistentes extranjeros. Se trata de una feria muy adecuada para dar a conocer productos nuevos en el mercado húngaro.

Se celebra del 17 al 25 de septiembre en 2005.

Para tener información más detallada sobre la feria se deberá contactar la siguiente dirección:

Hunexpo Co Ltd.

1441 Budapest, Albertsai út 10

Tel: +36 1 2636082

Fax: +361 2636098

E mail: bnv@hungexpo.hu

Web: www.bnv.hu

2. Lakastrend (Feria de tendencias del mueble)

Se trata de una feria anual que recoge las principales tendencias vanguardistas en cuanto a mueble de hogar y decoración. Su fecha de celebración en 2005 fue del 10 al 13 de marzo.

La organiza la empresa Ambienta Kft.

Para mas información dirigirse a:

1139 Budapest, Fáy u. 5

Tel: +36 1 4513380

Fax: +361 4513381
Web: www.lakastrend.hu
E-mail: info@ambienta.hu

INFORME DE LA FERIA BÚTORVILÁG 2004**1.- INFORMACIÓN GENERAL****1.1 Ficha Técnica**

Feria Internacional de Mueble – Bútorvilág
Ámbito: Internacional
Fecha de celebración: 3-7 Noviembre 2004
Edición: 13
Frecuencia: Anual
Lugar de celebración: Centro Ferial de Budapest. Budapest X, Budapesti Vásárközpont, Expo tér 1 (Albertirsai út 10)
Horario: 10 am - 18 pm
Precio de la entrada: 800 HUF (3,20 EUR)
Medios de transporte: Metro Línea M2 hasta Örs vezér tér. Cambio a autobús "EXPO" hasta la entrada del recinto ferial. Tranvía nº 37 de Blaha Lujza tér a Pongrác út.

Organizador:



KG HomeArt Kereskedelmi, Szervezési és Képviseleti Kft.

H 1016 Budapest, Zsolt utca 9.

Tel.: (36-1) 201-8490

Fax.: (36-1) 201-8521

E-mail: kghart@kghomeart.hu

Página web: www.butorvilag.com

Superficie: 18.000 m²

Precios del espacio: 77,20 €/m² para los nuevos expositores y 69,50 €/m² para expositores habituales. El precio incluye la limpieza, alfombra, entradas y participación en el catálogo oficial de la Feria. En estos precios no se incluye un 25% en concepto de IVA ni los gastos por electricidad.

Otros servicios: Azafatas, servicios de interpretación.

Carácter: Profesional y general.

Tipo de visitantes: Público en general y fabricantes, mayoristas, minoristas y todo tipo de empresas relacionadas con el mundo del mueble y de la madera.

Otras ferias relacionadas: INTERWOOD (feria centrada en los proveedores de la industria del mueble) y WOODMA (foro para los fabricantes de maquinaria y herramientas del sector de la madera y el mueble).

1.2 Sectores y productos representados

1. Mesas, sillas, comedores
2. Mueble de baño
3. Mueble juvenil
4. Dormitorios y mueble de sistema
5. Mueble de oficina
6. Mueble tapizado
7. Mueble complementario
8. Mueble de cocina y sus máquinas
9. Mueble para colectividades
10. Mueble estilizado
11. Iluminación
12. Textil-hogar
13. Pintura, arte plástico pequeño, cerámica
14. Prensa

2.-DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA**2.1 Organizaciones y Expositores**

Número de expositores: 344

Número de expositores extranjeros: 22

En esta feria había aprox. 10-15 empresas españolas representadas por empresas húngaras (importadores, distribuidores).

2..2 Datos estadísticos de participación

Datos estadísticos de participación:

Número de expositores por países 2004

PAÍS	EXPOSITORES
Alemania	2
Serbia & Montenegro	3
Eslovaquia	3
Bosnia-Herzegovina	2
Francia	1
Italia	3
Polonia	3
República Checa	3
Hungría	330
TOTAL	350

Número de expositores por países 2003

PAÍS	EXPOSITORES
Alemania	2
Suiza	1
Eslovaquia	4
Bosnia-Herzegovina	1
Austria	2
Eslovenia	1
Portugal	1
Francia	1
Italia	2
Polonia	3
Croacia	1
República Checa	3
Pabellón Informativo Polaco	
Hungría	322
TOTAL	344

BNV 2003	EXPOSITORES
EXTRANJEROS	22
HÚNGAROS	322
TOTAL	344

Área de exposición: 17.000m²

Número de visitantes: 46.000

b) Breve comentario de la evolución de la feria:

La feria de Bútorvilág ha perdido parte de su importancia, y ha dejado de ser el referente único e inequívoco del sector del mueble en Hungría.

Esto se debe, entre otros motivos, al descenso en el número de expositores extranjeros, al descenso en el número de expositores locales del sector de mueble terminado, y a la creciente importancia de otras ferias del sector como BNV o Construma.

3.-VALORACIÓN DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

3.1 Del evento en su conjunto

Tras la visita a la Feria, queda la impresión de que, pese a contar con gran importancia, la presencia de empresas importadoras y distribuidoras de mueble terminado ha cedido a favor de otras empresas dedicadas a las semi-manufacturas de estos productos.

Siguen conviviendo el mueble clásico, de buenos materiales y predominante en Hungría, con el estilo moderno y vanguardista (importado en todos los casos) que goza de cada vez mejor aceptación entre el público húngaro.

3.2 De la participación española y países competidores

La participación española, en consonancia con anteriores ediciones, ha sido casi inexistente.

No había ninguna empresa española expositora, aunque se tiene constancia de que algunas acudieron como visitantes. La presencia del mueble español en el mercado húngaro, que es muy abundante, no obtuvo justicia en su presencia en la feria, ya que apenas tres empresas contaban con algún producto español del sector en sus stands.

Sí era más numerosa la presencia de mueble italiano, aún por encima de nuestra cuota de mercado en lo que a mueble de diseño se refiere.

4.- ANEXOS

4.1. Actos paralelos

Feria WOODMA: feria de máquinas para trabajar la madera

Feria INTERWOOD: feria de diseño interior y de materia básica para mueble.

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

2.1. Fabricantes de mueble de hogar en Hungría

1-ABAÚJ BÚTORIPARI RT.

3860 Encs Ipartelep

Dirección Postal: 3861 Encs Pf. 97

Tel.: +36-46-587 261

Fax: +36-46-587246

Web: www.abauj-butor.hu

E-mail: abauj.butor@axelero.hu

Director General: Sr. Béla Juhász

Director de ventas: Sr. Lajos Jánosik

Actividad: fabricantes de mesas, sillas y otro mobiliario. Importan partes de muebles de Alemania, Austria y Eslovaquia, y exportan a Alemania, Reino Unido y Dinamarca.

2-ADA HUNGÁRIA Bútorgyár Kft.

9900 Körmend, Rákóczi u. 154

Tel.: +36-94-59 01 00

Fax: +36-94-59 01 06

Web: www.ada-moebel.hu

E-mail: office@ada-moebel.hu

Director Gerente: Sr. Dezső Szegedi

Actividad: fabricantes de mesas, sillas y otro mobiliario. Importan de España, Bélgica, Italia, Alemania y Austria, y exportan a Austria, Suiza, Alemania, Dinamarca y Holanda.

3-BALATON BÚTORGYÁR

8200 Veszprém, Budapest út 10
Dirección Postal: 8201 Veszprém, Pf. 55
Tel.: +36-88-42 58 66
Fax: +36-88-42 70 80
Web: www.balaton-butor.hu

E-mail: bbrrt@sednet.hu

Director General: Sra. Anna Pauer

Actividad: Fabricante de sillas, mesas, mueble de comedor y de hogar. Importan partes para la fabricación de muebles, y exportan a toda la UE, Ucrania, Croacia y Noruega.

4-BUBIV BÚTOR PALOTA KFT

1151 Budapest, Régi Fóti út 2/1
Tel: +36-1-305 20 63 / 305 20 50 / 307 63 48
Fax: +36-1-307 53 86 / 305 20 64
Director General: Sr. Miklós Nyíri

Actividad: fabricante de muebles de dormitorio, armarios y otros.

5-DANUBIA MOHÁCSI BÚTORIPARI Rt.

7700 Mohács Budapesti út 5/a
Dirección postal: 7701 Mohács, Pf. 122
Tel.: +36-69-311 911
Fax: +36-69-311 013

Web: www.danubiamohacs.hu

E-mail: danubia@danubiamohacs.hu

Director General: Sr. Lajos Hengl

Actividad: fabricación de sillas y mesas y mobiliario para contract.

6-DONORA BÚTORIPARI Kft.

1045 Budapest, Istvántelki u. 71
Tel.: +36-1-390 6152
Fax: +36-1-380 5388

Web: www.donora.hu

E-mail: donora@donora.hu

Actividad: fabricación y venta de mesas y sillas de hogar.

7-ÉBEN-H BÚTORIPARI ÉS KERESKEDELMI Kft.

3214 Nagyréde, Vrág út 6
Tel/Fax: +36-37-301 613

Web: www.eben-h.hu

E-mail: eben@axelero.hu

Director: Sr. László Szabó

Actividad: fabricantes de mueble de hogar en madera de estilo clásico.

8-FAKTUM BÚTOR Kft.

6754 Újszentiván, Szigeti u. 15

Tel.: +36-62-577 510

Fax: +36-62-277 544

Web: www.faktumbutor.hu

E-mail: faktum@faktumbutor.hu

Director: Sr. Rapad Vass

Actividad: fabricación y venta de mueble infantil y de bebé.

9-GARZON BÚTOR Kereskedelmi Kft.

8000 Székesfehérvár, Bakony u.4,

Tel.: +36-22-512 200

Fax: +36-22-329 403

Web: www.garzon.hu

E-mail: garzon@garzon.hu

Presidente-Director General: Sr. Alajos Nagy

Actividad: Fabricante de muebles de hogar (dormitorios, salones, sillones), de oficina y mueble de contract. Importan de Italia, Alemania y Austria.

10-GERLAND BÚTORSTÚDIO (Gergely Tömörfabútor)

1161 Budapest, Rózsa u. 14

Tel.: +36-1-221 3738 / 273 1885

Fax: +36-1-221 3694

Web: www.gerland.hu

E-mail: info@gerland.hu

Actividad: fabricación y venta de mueble de hogar (salones, dormitorios, cocinas) en madera de estilo clásico.

11-HAL-CO DESIGN Kft.

6000 Kecskemét, Izsáki út 22

Tel.: +36-76-705 639

Fax: +36-76-495 561

Web: www.halco.hu

E-mail: halco@axelero.hu

Director: Sr. László Halász

Actividad: fabricación y venta de muebles de hogar: sillones, sofás, armarios, etc...

12-JU-GO BÚTOR Kft.

3900 Szerencs, Keleti Ipartelep 16

Tel.: +36-47-361 309

Fax: +36-47-361 309

E-mail: jugo@axelero.hu

Director: Bertalan Juhász

Actividad: fabricación de mueble de hogar.

13-KANIZSA TREND Kft.

8800 Nagykanizsa, Szemere u. 4

Tel.: +36-93-500 100

Fax: +36-93-500 130

Web: www.kanizsatrend.hu

E-mail: info@kanizsatrend.hu

Director: Sr. Gábor Wilhelm

Actividad: fabricación y venta de sillones y sofás tapizados.

14-LÍNEA-HOLZ BÚTORIPARI Kft.

5540 Szarvas, Sentéis út 106

Tel/Fax: +36-66-210 079

Director: Sr. János Frankó

Web: www.catalog.hu/linea

E-mail: linea@szarvas.hu

Actividad: fabricación y venta de armarios en madera y mueble de hogar.

15-MANUFACTORY Interior Kft.

1161 Budapest, Fehérvári út 108 / 112

Tel.: +36-1-389 0073

Fax : +36-1-272 0225

Director: Sr. Gábor Tornóczky

Web: www.manufactory.hu

E-mail: manufact@manufactory.hu

Actividad: fabricación y venta de mueble de hogar de línea moderna.

16-MOBILIA-ARTICA Formateverzési Kft.

1106 Budapest, Maglódi út 25

Tel/Fax: +36-1-431 8376

Web: www.mobilialartica.hu

E-mail: kertesztvan@mobilialartica.hu

Director: Sr. István Kertész

Actividad: fabricación de mueble de diseño.

17-MOBIOLOGIC Bútorgyártó és Kereskedelmi Kft.

2011 Budakalász, Tanto u. 38/A

Tel.: +36-23-418 143 / +36-20-953 3811

Fax: +36-1-240 7284

Web: www.mobilogic.hu

E-mail: info@mobilogic.hu

Actividad: fabricación y venta de mueble infantil. Tienen una tienda en el centro comercial Max City.

18-SANDRA Kft.

4700 Mátészalka, Ipari út 18

Tel.: +36-44-311 349

Fax: +36-44-312 994 / 311 662

Web: www.sandra.hu

E-mail: sandrart@enternet.hu

Director: Dr. András Bercz

Actividad: fabricación y venta de mueble de hogar.

19-SELLATON Rt.

4025 Debrecen, Salétrom u. 5

Tel.: +36-52-501 440

Fax: +36-52-414 041

Web: www.sellaton.hu

E-mail: sellaton@sellaton.hu

Director: Sr. Géza Pap

Actividad: fabricación y venta de mesas y sillas.

20-TELMEX Rt.

2000 Szentendre, Rózsa u. 23

Tel.: +36-26-314 187

Fax: +36-26-301 301

Web: www.telmex.hu

E-mail: telmex@axelero.hu

Director: Sr. Maciej Wasilewski

Actividad: fabricante de todo tipo de mueble: hogar, oficina, sillas y mesas, contract...

21-WARTEN-TISZA Rt.

6640 Csongrád, Fő u. 61

Tel.: +36-63-570 570

Fax: +36-63-570 513

Web: www.tiszabutor.hu

E-mail: tiszabutor@tiszabutor.hu

Director: Sr. Péter Katona

Actividad: Fabricación y venta de mueble de hogar.

22-ZALA Bútor Rt.

8900 Zalaegerszeg, Malom u. 2

Tel.: +36-92-504 200

Fax: +36-92-314 039

Web: www.zalabutor.hu

E-mail: ugyfelszolgalat@zalabutor.hu

Actividad: fabricación y venta de mueble de hogar; comedores, dormitorios, mueble tapizado, etc...

23-ZEBU-TÖREKVÉS Kft.

3980 Sátoraljaújhely, Berecki u. 32

Tel.: +36-47-321 333

Fax: +36-47-322 320

Web: www.zebu.hu

E-mail: zebu@zebu.hu

Director: Sr. Sándor Bodnár

Actividad: fabricación de mueble.

2.2. Empresas importadoras y distribuidoras de muebles en Hungría**1-AITA STUDIO**

1091 Budapest, Lónyai u. 24.

Dirección postal: 1461 Budapest, Pf. 393

Tel/Fax: +36-1-215 0177 / 303 6853

E-mail: aita@interware.hu

Director: Sr. Flavio Aita (Móvil: +36-30-9505 999)

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.

2-AXIMIT-HUNGARIA Ipari És Ker Kft.

1143 Budapest, Hungária krt. 67

Tel.: +36-1-220 6333

Fax: +36-1-251 1277

Web: www.selva.com

E-mail: aximit-butor@hu.inter.net

Director: Sra. Éva Kerékné Varga

Actividad: Importadores y distribuidores en exclusiva de los muebles de diseño de la empresa italiana Selva.

3-BAK BÚTORÁRUHÁZAK

1085 Budapest, Úllői út 30.

Tel: +36-1-317 0870

Fax: +36-1-318 5102

Director Gerente: Sr. Iván Bak

Actividad: importación, distribución y venta de muebles. Enfocados al producto de estilo clásico de gama media, media-alta y alta.

4-BAMBOO NÁDBÚTOR GALÉRIA

1223 Budapest, Sörház u. 3

Tel: +36-1-226 0036

Fax: +36-1-424 5088

Director: Sra. Éva Bérci

Actividad: importación, distribución y venta de mueble de rattán.

5-BÁV BIZOMÁNYI KERESKEDŐHAZ ÉS ZÁLOGHITEL RT.

1092 Budapest, Kinizsi utca 12.

Tel: +36-1-455 7700

Fax: +36-1-455 7471

E-mail: bav.muker5@matavnet.hu

Director: Sra. György Nagyné

Actividad: Empresa dedicada a la importación principalmente de joyas, muebles y antigüedades, así como a realizar subastas.

6-BBKS Bútorkereskedelmi és Szolgáltató Kft.

1097 Budapest, Gyáli út 31/A

Tel.: +36-1-280 4458

Fax : +36-1-280 4459

E-mail: natuzzibutor@ediport.hu

Director: Sr. Jerzy Jagiellowicz

Actividad: Importador y distribuidor de muebles desde Italia y Alemania.

7-CASABELLA Kereskedelmi Kft.

6724 Szeged, Szatymazi u. 2/b

Tel.: +36-62-490 790 / 490 709 / 476 876

Telefax: +36-62-476 669

Web: www.casabella.hu

E-mail: casabella@casabella.hu

Director: Sr. Paolo Selva

Actividad: importación y venta de mueble de hogar, de cocina y de baño de Italia, Rumanía, Eslovaquia y Malasia.

8-CASA DECOR

2045 Törökbalint, Tópark u. 1/a. Tienda 129

Tel: +36-23-532 317

Web: www.casanova.hu

Propietaria: Sra. María Luisa Urrea.

Actividad: Empresa antes denominada Casanova, que en la actualidad se encuentra en el centro comercial Max City. Importan y comercializan muebles y textiles para el hogar.

9-DESIDEA STUDIO

1061 Budapest, Paulay Ede u. 25-27

Tel: +36-1-479 0118 / 327 0363

Fax: +36-1-479 0119

Web: www.desidea.hu

E-mail: studio@desidea.hu

Director: Zoltán varga József

Actividad: Estudio de diseño que, para sus proyectos, importa muebles de alto nivel (con abundante presencia del mueble e iluminación de diseño, principalmente italiano).

10-DOMUS –LÁNC Kft.

1126 Budapest, Nagy Jenô u. 12

Tel: +36-1-212 0533

Fax: +36-1-212 0573

Web: www.fotexnet.hu

E-mail: domuslanc@domus.hu

Contacto: Sra. Zsuzsanna Lipták (español).

Actividad: Empresa perteneciente al holding húngaro-americano FOTEX, dedicada a la distribución de muebles de estilo clásico y amplia gama.

11-EL CASTILLO

1035 Budapest, Hajógyári sziget 130

Tel.: +36-1-250 0001

Fax: +36-1-368 7213

E-mail: elcastillo@acenet.hu

Director: Sr. Sándor Csongrádi

Contacto: Sr. Gergely Kapás (español)

Actividad: importador y distribuidor de mobiliario, principalmente clásico. Sus productos son en su enorme mayoría españoles.

12-FATECHNIKA Kft.

1121 Budapest, Rácz Aladás u. 15

Tel.: +36-1-248 1437

Fax: +36-1-249 3506

E-mail: woodtech@axelero.hu

Director : Sra. Flóra Ágfalvi

Actividad: importador y distribuidor de mueble de Asia (Malasia, Indonesia, etc...).

13-HACIENDA

1026 Budapest, Szilágyi Erzsébet fasor 121

Director: 1281 Budapest, Pf. 67

Tel.: +36-1-275 0875

Tel/Fax: +36-1-200 3410 / 200 2742

Gerente: Dr. Miklós Várkonyi

Contacto: Sr.Karem Saadi (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 show room que van a abrir en el centro comercial Budagyöngye (junto a la tienda actual).

14-HIE OFFICE DESIGN Kft.

1112 Budapest, Budaörsi út 153

Tel.: +36-1-309 5700

Fax: +36-1-356 5759

Web: www.fonte.hu

E-mail: info@fonte.hu

Director: Sr. Árpád Szentiványi

Actividad: comercialización de muebles con colecciones de mobiliario de oficina y de hogar (comedores y tapicería de estilo moderno de gama alta) principalmente italiano.

15-IMPALA Bútorkereskedő Kft.

1135 Budapest, Reitter Ferenc u. 8/b

Dirección postal: 1389 Budapest, Pf. 119

Tel.: +36-1-349 6558 / 320 3691

Fax: +36-1-350 0691

E-mail: impala@axelero.hu

Director: Sr. Lajos Veres

Actividad: importación y venta de mueble. Importan de República Checa y Alemania.

16-KOMFORT CENTRUM

9027 Győr, Kiskúti liget 1/K

Tel.: +36-96-529 900

Fax: +36-96-529 902

Director: Sr. Kacsák Csaba

Actividad: Importador de muebles que posee una tienda en Győr, ciudad situada a 231 kms. de Budapest. Importa salas, dormitorios y muebles de alta calidad. Trabaja con empresas españolas. Empresa reciente creada por un antiguo representante que en poco tiempo ha alcanzado gran popularidad.

17-LAKÁSKULTÚRA KFT.

1161 Budapest, Rákóczi út 23.

Tel/Fax: +36-1-405 5221

Gerente: Sr. István Bokor

Actividad: Mayorista de muebles de estilo clásico que importa de Italia.

18-LARIX Export-Import Kft.

1036 Budapest, Lajos u. 126-128

Tel.: +36-1-453 2330 / 453 2329

Telefax : +36-1-388 4353

E-mail: postmaster@larix.axelero.net

Director : Sra. Éva Pintér

Actividad: importación y exportación de muebles. Importan de Alemania, y exportan a Alemania, Francia y Eslovaquia.

19-LEVANTE ENTERIEUR KFT.

1121 Budapest, Irhásárok u. 69

Tel.: +36-1-350 6576 / 359 0377

Fax: +36-1-239 3613

Web: www.spanyolbutor.hu

E-mail: levante@levante.hu

Director Gerente: Sr. Gábor Lux

Contacto: Sr. Tibor Sztahn (habla español).

Actividad: Importador y distribuidor de muebles de España, Italia y Portugal de gama media y medio-alta, principalmente de estilo clásico. Dispone de un show-room que se anuncia como "mueble español" (mismo reclamo que utiliza en las ferias a las que asiste). Han inaugurado recientemente una nueva tienda.

20-LINE Export-Import Kft.

1138 Budapest, Esztergomi út 26

Tel.: +36-1-359 02 32

Fax : +36-1-359 02 12

E-mail: lineltd@mail.externet.hu

Gerente: Sr. István Ölbey

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

21-LINGEL Kft.

1026 Budapest, Huvosvolgyi ut 1

Tel/Fax : +36-1-394 3115

Web: www.lingel.hu

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

Director: Sr. László Oszoly

Actividad: Empresa que sólo trabaja con muebles de madera. Ya conocen el producto español.

22-LORDEX Galería

1061 Budapest, Andrássy út 2

Tel.: +36-1-302 6339

Fax: +36-1-354 0122

Web: www.lordex.hu

E-mail: lordex@axelero.hu

Director: Sr. János Varró

Actividad: Importación, distribución y venta de mueble de salón de estilo clásico fundamentalmente, aunque también cuentan con algunas líneas modernas.

23-LUX Kereskedelmi Kft.

1095 Budapest, Mester u. 38

Tel.: +36-1-215 5695 / 216 2219

Fax: +36-1-455 0011

Web: www.luxbutor.hu

E-mail: lux2000@axelero.hu

Propietario: Sra. Ágnes Lux

Actividad: importación y venta de mueble de hogar y mueble accesorio.

24-MAGNA BÚTORÁRUHÁZ

3400 Mezőkövesd, Dohány út 6

Tel/Fax: +36-49-311 655

Web: www.mbutor.axelero.net

E-mail: koos@mbutor.axelero.net

Director: Sr. András Koós

Actividad: Importación y distribución de mueble de hogar de estilo clásico.

25-MATTEUS

1051 Budapest, Október 6. u.15.

Tel.: +36-1-312 4246

Fax: +36-1-312 4240

Contacto: Sra. Ildiko Fitos (español)

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

26-OMNIMARKT Kereskedelmi Kft.

6792 Zsombó, Szegedi út 1-5

Tel.: +36-62-255 755

Fax: +36-62-255 855

Web: www.omnimarkt.hu

E-mail: omnimarkt@mail.datanet.hu

Director: Sra. Heintz Bálintné

Actividad: importación y venta de mueble de hogar de estilo moderno principalmente, aunque cuentan con líneas clásicas.

27-OTTHON Bt.

8000 Székesfehérvár, Berényi út 30/B.

Tel.: +36-22-310 392

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 de 2000 m². 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.

28-PENTAMEN Bútorház Kft.

3525 Miskolc, Kis-Hunyad u. 52

Tel.: +36-46-413 913

Fax: +36-46-413 930

Web: www.pentamen.hu

E-mail: attila.kis@pentamen.hu

Director: Sr. Attila Kis

Actividad: distribución y venta de mueble de hogar y de oficina de gama media-alta.

29-ROLABU Kft.

1173 Budapest, Ferihegy út 51

Tel.: +36-1-256 2252

Fax: +36-1-256 8963

Web: www.rolabu.hu

E-mail: rolabu@axelero.hu

Director: Sr. László Füle

Actividad: distribución y comercialización de mueble de hogar que cuenta con varias tiendas en Budapest.

30-SZIGEDI Rt.

1134 Budapest, Lehel út 4/b

Tel.: +36-1-237 0510

Fax: +36-1-237 0508

Web: www.szigedi.hu

E-mail: szigedi@szigedi.hu

Director: Sr. László Szigedi

Actividad: distribución de mueble de hogar en madera de gama media.

2.3. Grandes superficies de muebles

1-AUCHAN MAGYARORSZÁG KFT

1113 Budapest, Bocskai út. 134-146

Tel.: +36-1-381 5500

Fax: +36 1 381 5599

Web: www.auchan.hu

E-mail: auchan@auchan.hu

Director General: Sr. Jean Paul Filliat.

Director de compras : Sr. Xavier Nicol.

Actividad: cadena de hipermercados francesa con gran presencia en Hungría. Cuentan en todos sus centros con un departamento de mueble.

2-CORA MAGYARORSZÁG KFT

2045 Törökbalint, Torbágy u. 1

Tel: +36-23-515 500

Fax: +36-23-334 307

Web: www.cora.hu

E-mail: info@cora.hu

Director General: Sra. Andrea Klész

Actividad: cadena francesa de hipermercados, presente en Hungría desde 1995, que cuenta con varios establecimientos en Hungría.

3-IKEA

1148 Budapest, Örs Vezér tere

Dirección postal: 1370 Budapest, POB 318.

Tel: +36-1-460 3100 / 460 3160

Fax. +36 1 460 31 97

Gerente: Sr. Cedomir Jankovic

Página web: www.ikea.com

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

4-KIKA Lakberendezési Kft.

1135 Budapest, Lehel u. 51

Tel: +36-1-236 63 16/236 63 01

Fax: +36-1-320 3246

Director gerente: Sr. Attila Juhász

Actividad: Uno de los principales distribuidores de mueble importado. Pertenece al grupo austriaco 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).

5-METRO Holding Hungary Kereskedelmi Kft.

2041 Budaörs, Budapest, Keleti u. 3.

Tel.: +36-23-508 252 / 508 260

Fax: +36-23-418 051 / 41 8040

Web: www.metro.hu

E-mail: hu.reklam@metro.co.hu

Director general: Sr. Tamás Jaruss

Actividad: cadena de cash and carries que pertenece al grupo suizo Metro.

6-TESCO - GLOBAL TH RT.

2040 Budaörs, Kinizsi út 1-3.

Tel: +36-23-44 9200

Fax: +36-23-449 270

Web: www.tesco.com

E-mail: haus_paul@hu.tesco-europe.com

Director General: Sr. Paul Kennedy

Director comercial: Sr. Paul Richard House

Actividad: cadena de supermercados con la mayor presencia de empresas del sector en Hungría.

Existe, además, un centro comercial que abrió sus puertas en 2005 y donde existen más de 80 tiendas de empresas dedicadas únicamente al mueble y al textil hogar:

Max City

2045 Törökbalint, Tópark u. 1/a

2.4 Asociaciones Sectoriales

1-Magyar Bútor és Faipari Szövetség (Asociación de Muebles)

1012 Budapest, Kuny Domokos u. 13-15

Tel.: +36-1-202 3395

Fax: +36-1-355 8602

Web: www.butorszovetseg.hu

E-mail: info@butorszovetseg.hu

Presidente: Sr. Mátyás Hidas

120 miembros

2-Lakberendezők Országos Szövetsége (Asociación Nacional de Decoradores de Hogar)

1125 Budapest, Szarvas Gábor u. 8/c

Tel.: +36-1-391 6203

Fax: +36-1-391 6205

Presidente: Sra. Noemí Takács

338 miembros.

3-Országos Asztalos és Faipari Szövetség (Asociación Nacional de Ebanistas y de la Industria Maderera)

9023 Győr, Csaba u. 21

Tel.: +36-96-618 075

Fax: +36-96-618 063
Web: www.oafsz.hu
E-mail: office@oafsz.hu
Presidente: Sr. Péter Molnár
950 empresas asociadas.

2.5. Principales revistas húngaras en el sector de muebles

1-HÍRFA (revista de información general)

Editor: Hírfa Kft.
Dirección: 1074 Budapest, Csengery u. 11
Tel/Fax: +36-1-342 2776
Web: www.hirfa.hu
E-mail: hirfa@hirfa.hu
Persona contacto: Sra. Éva Nyerges
Difusión y periodicidad: nacional, mensual.
Tirada de 4.500 ejemplares, con unas 50 páginas destinada a los proveedores de la industria del mueble.

2-PROFIFA (revista especializada en la industria maderera y decoración de interiores)

Editor: F+B Kft.
Dirección: 1121 Budapest, Hunyad lejtő 10.
Tel/Fax: +36-274 4391
Web: www.profi-fa.hu
E-mail: profi@mail.datanet.hu
Difusión y periodicidad: nacional, mensual.
Tirada de 4.250 ejemplares, 40 páginas a 148 HUF.

3-Industria Nacional de Ebanistas y Maderera

Editor: X-MEDITOR Kft.
Dirección: 9023 Győr, Csaba u. 21
Tel/Fax: +36-96-618 075
Web: www.faipar.hu
E-mail: faipar@xmeditor.hu
Persona contacto: Sr. Tamás Hőbör
Difusión y periodicidad: nacional, trimestral.
Tirada de 5.000 ejemplares, 200 páginas dedicadas a la industria del mueble.

4-Bútortrend

Editor: Screen Kft.
Dirección: 1054 Budapest, Vigyázó F. u. 4
Móvil: +36-20-388 5460
Fax.: +36-1-266 7156
E-mail: iscreen@iscreen.hu
Persona contacto: Sra. Ágnes Szabó
Difusión y periodicidad: nacional; cada dos o tres meses.

4.500 ejemplares de tirada, a 490 HUF dedicada a comerciantes y compradores.

**5-Klasszikus Otthonok Romantikája („Romanticismo en Hogares Clásicos”,
magazin de antigüedades e interiores antiguos).**

Editor: Ed. KOR

Dirección: 1171 Budapest, Stázsahegy u. 42

Tel/Fax: +36-1-253 7693

E-mail: klasszikus.otthonok@nexta.hu

Persona contacto: Sra. Johanna Janositz

Difusión y periodicidad: nacional, trimestral.

Tirada de 20.000 ejemplares, con 80 páginas a 445 HUF. Dirigida a compradores de categoría superior.

6-Polgári Otthon (Hogar del Ciudadano)

Editor: Panoráma Kft.

Dirección: 1037 Budapest, Nagybátonyi u. 4

Tel.: +36-1-439 1319

Fax: +36-1-240 4386

E-mail: polgariotthon@axelero.hu

Persona contacto: Sra. Gabriella Mátyás

Difusión y periodicidad: nacional, cada seis meses.

Tirada de 45.000 ejemplares a 200 HUF, destinada al comprador final.

7-HÁZAK (Casas)

Editor: Police Press Kft.

Dirección: 7601 Pécs, Király u. 36

Tel/Fax: +36-72-212 446

E-mail: sikeresnok@policepress.hu

Persona contacto: Sra. Veronika Huzik

Difusión y periodicidad: nacional, mensual.

Tirada de 60.000 ejemplares, a 450 HUF, dirigida al comprador final.

8-Modern Házak Lakások („Casas y pisos modernos”)

Editor: ATZO Ed.

Dirección: 1155 Budapest, Obsitos tér. 1

Tel/Fax: +36-1-415 0318

E-mail: atzo@axelero.hu

Persona contacto: Sr. Zoltán Mészáros

Difusión y periodicidad: nacional, bimensual.

Tirada de entre 30 y 40 mil ejemplares., a 500 HUF, destinada a compradores.

9-OTTHON (Hogar)

Editor: Sanoma Budapest Ed.

Dirección: 1037 Budapest, Lajos u. 74-76

Tel.: +36-1-437 3736

Fax: +36-1-437 3733

E-mail: otthon@sanomabp.hu

Persona contacto: Sra. Dorottya Szabó

Difusión y periodicidad: nacional e internacional, difusión mensual.

Tirada de 90.000 ejemplares, a 450 HUF, para el comprador final.

10-Lakáskultúra („Cultura del Hogar”)

Editor: Axel Springer Budapest

Dirección: 1122 Budapest, Városmajor u. 12-14

Tel.: +36-1-488 5755

Fax: +36-1-488 5749

Web: www.lakaskultura.hu

E-mail: lakaskultura@axels.hu

Persona contacto: Sra. Eszter Szuts

Difusión y periodicidad: nacional, mensual.

Tirada de 95.000 ejemplares para el comprador final. El precio es de 445 HUF.

11-Szép Hazák (Casa Bonita)

Editor: Szép Hazák Kft.

Dirección: 1250 Budapest, Pf. 40

Tel.: +36-1-202 0185

Fax: +36-1-375 0462

Web: www.szep hazak.hu

E-mail: szep hazak@szep hazak.hu

Persona contacto: Sr. Elemér Vogl

Difusión y periodicidad: nacional, bimensual.

Tirada de 90.000 ejemplares para el comprador final. El precio es de 395 HUF. También editan la revista Villák (Hogares).

12-Szép Lak (Hogar Bonito)

Editor: Szép Hazák Kft.

Dirección: 1428 Budapest, Pf. 14

Tel.: +36-1-215 3295 / 215 1769

Fax: +36-1-218 0254

Web: www.szep hazak.hu

E-mail: szep hazak@szep hazak.hu

Persona contacto: Sr. János Berényi

Difusión y periodicidad: nacional, mensual.

El precio es de 445 HUF.

BIBLIOGRAFÍA

- Major Companies in Hungary 2004. Directorio de las principales empresas en Hungría 2004. Hoppensted Bonnier Kft.
- Magyar Külkereskedelmi Cégadatbázis 2001-2002. Directorio de las principales empresas de comercio exterior en Hungría. Kopint-Datorg Rt.

- Anuario de estadísticas industriales y de construcción (*Ipari és Építőipari Statisztikai Évkönyv*). Oficina Central de Estadísticas húngara). Años 1999, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 y 2004.
- Anuario de estadística de Hungría (*Magyar Statisztikai Évkönyv*). Oficina Central de Estadísticas húngara. Años 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 y 2004.