

El mercado del mueble en Portugal

El mercado del mueble en Portugal

Este estudio ha sido realizado por Ana Cabello Ganza bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lisboa

Junio 2004

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	6
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	7
3. Importaciones	7
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	10
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	10
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	13
VI. DISTRIBUCIÓN	14
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	16
VIII. ANEXOS	17
1. Empresas	17
2. Ferias	18
3. Publicaciones del sector	18
4. Asociaciones	19
5. Otras direcciones de interés	19

CONCLUSIONES

La industria del mueble es un sector con una fuerte tradición en Portugal, que hoy alcanza cerca de las 7.000 empresas, generalmente concentradas en Oporto (Paços de Ferreira) y Lisboa.

Son empresas de pequeño y mediano tamaño, que en los últimos años han realizado grandes avances, sobre todo tecnológicos. Como consecuencia de sus reducidas dimensiones, tienen facilidad para producir por encargo y adaptarse a los cambios y necesidades del mercado a escala reducida. Pero por otro lado, su reducido tamaño les impide tener recursos para la investigación de las nuevas demandas, tendencias o diseños, la formación o el marketing, limitando en gran medida el acceso a otros mercados.

Existe, además, en Portugal un exceso de oferta de mueble tradicional, producto generalizado en el perfil de empresa del mueble portuguesa. De esta manera tienen saturado el mercado con este tipo de mueble a pesar de que los consumidores cada vez tienden a demandar diseños y estilos diferentes que suelen ser suministrados por firmas extranjeras, con productos más juveniles, funcionales y prácticos en la vida y arquitectura actual.

Por tanto la competencia europea (en gran medida española), es muy dura y los fabricantes portugueses siguen siendo pequeños y no pueden hacerle frente. Por estas razones, en este sector, han cobrado especial importancia las asociaciones tanto de fabricantes como comerciantes de muebles, facilitando información general sobre las tendencias y evolución del mercado así como apoyo necesario a sus asociados.

En lo referente a los consumidores, se mantiene una tendencia creciente al gasto en sus hogares. Su demanda gira en torno a un mobiliario moderno y funcional a precio reducido, porque ante la variedad de oferta que presenta el mercado, el precio juega un papel fundamental.

Por último, hay que comentar que la distribución en general ha sufrido grandes cambios desde la década de los 80 con la entrada de las grandes superficies en Portugal, que han provocado un encarecimiento del producto que debe pasar a través de un largo canal debido al elevado margen establecido. Tal vez sea ésta una de las razones por las que este sector haya acertado el canal confundiendo incluso las diversas figuras participantes.

I. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial está referida al sector del mueble en Portugal, tanto a muebles de oficina, como de cocina, dormitorio, comedor, de diferentes materiales.

Se trata de un sector con una amplia gama de productos y de materiales. Y es así como será tratado en este breve estudio, que pretende dar una visión general y actual del sector.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

- 94.03 Los demás muebles y sus partes:
- 9403.10 Muebles de metal de los tipos utilizados en las oficinas
- 9403.20 Los demás muebles de metal
- 9403.30 Muebles de madera de los tipos utilizados en las oficinas
- 9403.40 Muebles de madera de los tipos utilizados en las cocinas
- 9403.50 Muebles de madera de los tipos utilizados en los dormitorios
- 9403.60 Los demás muebles de madera

II. OFERTA

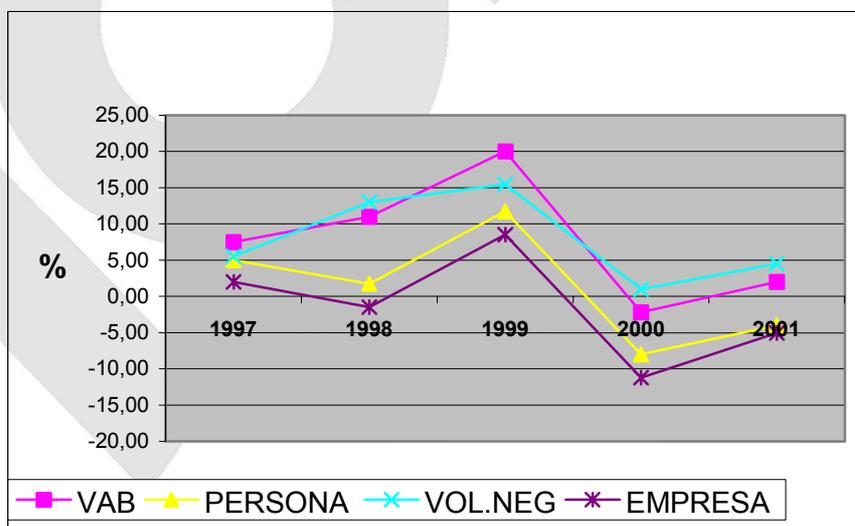
1. TAMAÑO DEL MERCADO

Según el último informe de la Associação Empresarial de Portugal (AEP) elaborado para la Exposición Internacional de Oporto en enero de 2004 y basado en datos de 2001, la industria de mobiliario portuguesa es responsable del 9,2 % de las empresas nacionales y del 5,8 % del empleo. El volumen de negocios representa el 2,8 % del total de la industria transformadora y el 3,5 % del valor añadido bruto (en adelante VAB).

La fabricación de mobiliario en Portugal reúne 6.662 empresas, responsables de 52.865 puestos de trabajos. En el sector de mueble de madera, el número de unidades de fabricación ronda las 4.000 y genera un empleo de 41.000 personas. Se trata de un sector donde predominan las empresas de reducida dimensión con carácter familiar y artesanal, empleando cada una, una media de 8 trabajadores.

TASAS DE CRECIMIENTO SECTOR DEL MUEBLE

Fuente: Gabinete de Estudos de la Associação Empresarial de Portugal



EL MERCADO DEL MUEBLE EN PORTUGAL

En 2001, el volumen de negocio se cifró en 1.934,6 millones de Euros y el VAB alcanzó 621,5 millones de Euros, valores que se traducen en aumentos del 4,4 % y del 1,6 % respectivamente frente al año 2000. Estos indicadores, sin embargo, registraron una aceleración significativa entre los años 1997 a 1999, con tasas de crecimiento del 15,3 % para el volumen de negocios y del 20 % para el VAB.

La productividad alcanzó 11,7 miles de Euros. Con excepción del año 1998, los costes medios de personal revelan tasas de crecimiento ligeramente superiores a las de la productividad, siendo en el año 2001 un aumento de los costes medios de personal del 6 % y de la productividad del 5,4 %.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria de mobiliario portuguesa se caracteriza por una elevada fragmentación y por el pequeño tamaño de sus empresas (cada empresa cuenta con una media de 8 trabajadores), que en la mayoría de los casos tienen carácter familiar con escaso acceso a capitales. Las 6.662 empresas existentes se concentran esencialmente en los distritos de Oporto, Braga, Aveiro, Leiria, Lisboa y Setúbal, donde se localiza más del 90 % de la producción, 80 % de la oferta y 89 % del empleo.

Es una industria tradicional con una mano de obra especializada que trabaja mucho por encargo, la reventa y de cara al público, hechos que conducen a la industria portuguesa a tener un marcado carácter artesanal en la producción, a pesar de contar generalmente con un equipamiento moderno que le permite adaptarse a las nuevas exigencias y tendencias del mercado.

A pesar de esta caracterización, en la década de los 90 se asistió a un enorme desarrollo del sector, principalmente en lo que se refiere a la evolución del parque de máquinas, gracias a los fondos comunitarios a los que tuvieron acceso tras su integración en la UE.

Con la globalización de los mercados, la entrada de las principales empresas internacionales lanzó un nuevo desafío a la industria portuguesa: alteración de los métodos de fabricación y lanzamiento de nuevas líneas de mobiliario apostando por la innovación o el diseño propio. Si anteriormente, una línea de mobiliario podía tener mercado para varios años, actualmente, existe una necesidad de innovación frecuente para que una empresa pueda continuar siendo competitiva en el sector.

De cualquier forma, y de una manera general, persiste la necesidad de controlar los costes de producción, de regular el número de empresas en el sector (actualmente existen demasiadas empresas de tamaño pequeño que no son capaces de competir en el mercado europeo), de intensificar la captación de mercados externos, de invertir en una red comercial desarrollada y de la creación de una marca portuguesa de mobiliario

3. IMPORTACIONES

La creciente globalización de los mercados está siendo lentamente aprovechada por los fabricantes de muebles portuguesas. Las exportaciones aumentan a un ritmo

EL MERCADO DEL MUEBLE EN PORTUGAL

lento, más lento de lo que es la entrada de inversores y competencia extranjera en el mercado nacional.

La adhesión de Portugal a la Unión Europea permitió a las empresas el acceso a fondos comunitarios que se destinaron a aumentar la capacidad productiva de la industria. De aquí se desprende el avance de la competitividad que sufrió la industria en los años noventa, ya comentada. Pero esos avances no han sido suficientes para asumir la fuerte competencia que trae consigo la apertura de mercados, manifestando la debilidad del tejido empresarial portugués.

Tal y como se desprende de la tabla adjunta, las importaciones de mobiliario en Portugal siguen una tendencia creciente a lo largo de los años, sufriendo variaciones en los periodos que han sido calificados como de crisis económica. España se presenta como el principal suministrador de este tipo de productos, alcanzado una cuota aproximada del 50 %. Italia y Francia, en segundo y tercer lugar respectivamente, alcanzan conjuntamente una participación del 25 %.

EL MERCADO DEL MUEBLE EN PORTUGAL

PORTUGAL-IMPORTACIONES PARTIDA ARANCELARIA 9403- LOS DEMÁS MUEBLES Y SUS PARTES.

Enero-Diciembre

Millones de Euros

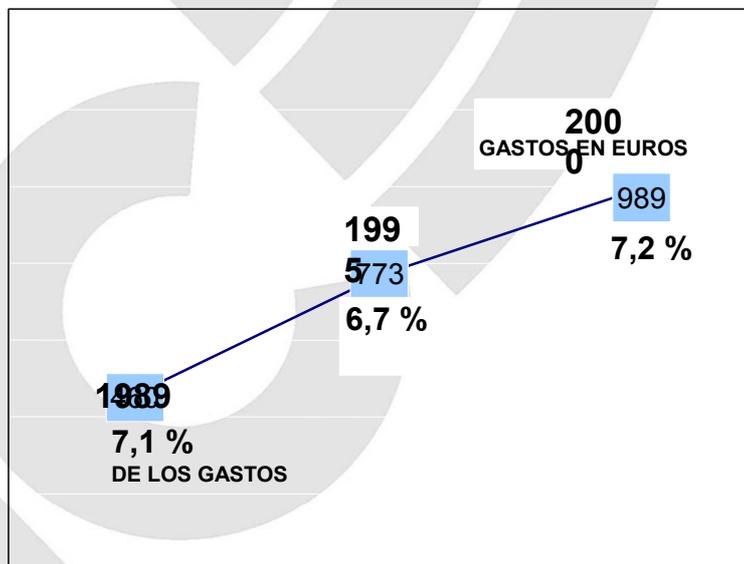
Rango	País						% Participación			% Cambio		
		1999	2000	2001	2002	2003	1999	2000	2001	2002	2003	03/02
0--	El Mundo --	191,54056	225,3399	226,97083	205,80986	182,06299	100	100	100	100	100	-11,54
1	España	98,29162	108,9385	112,86198	102,75899	84,28031	51,32	48,34	49,73	49,93	46,29	-17,98
2	Italia	28,50257	36,35495	34,52093	34,47642	30,57164	14,88	16,13	15,21	16,75	16,79	-11,33
3	Francia	19,02694	16,87474	20,61321	22,98618	21,28218	9,93	7,49	9,08	11,17	11,69	-7,41
4	Alemania	10,78331	11,23585	11,89236	10,84118	10,99983	5,63	4,99	5,24	5,27	6,04	1,46
5	Países Bajos	3,71969	6,83989	7,77851	5,4931	7,54321	1,94	3,04	3,43	2,67	4,14	37,32
6	Bélgica	5,42284	4,33604	4,51306	5,97222	5,0004	2,83	1,92	1,99	2,9	2,75	-16,27
7	Dinamarca	2,01476	4,43805	5,23809	4,76137	4,10405	1,05	1,97	2,31	2,31	2,25	-13,81
8	China	1,23816	2,19765	2,51816	2,78728	3,64771	0,65	0,98	1,11	1,35	2	30,87
9	Reino Unido	12,49599	21,70195	14,79371	4,03421	2,72795	6,52	9,63	6,52	1,96	1,5	-32,38
10	Suecia	0,53042	0,33657	0,32368	0,60421	2,36043	0,28	0,15	0,14	0,29	1,3	290,66

Fuente: Eurostat

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En los últimos años el gasto de los portugueses en muebles, artículos de decoración, equipamiento doméstico y mantenimiento de sus residencias ha aumentado en el conjunto de sus gastos medios anuales de las unidades familiares, como aprecia en el gráfico.

GASTO MEDIO ANUAL



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como consecuencia de los cambios económicos y sociales de la sociedad europea, fruto de la liberalización de los mercados, los consumidores portugueses están atravesando importantes alteraciones en los gustos y preferencias de consumo y, por tanto, en la demanda.

La sociedad portuguesa observa la entrada de firmas europeas con diseños, materiales y colores más modernos que los nacionales y que atraen la atención de los con-

EL MERCADO DE MUEBLE EN PORTUGAL

sumidores. La creciente demanda de mobiliario de estas características , ha llevado a los fabricantes nacionales a producir en función de estas nuevas demandas.

En cuanto al perfil del consumidor de muebles, no es posible establecer uno exacto. Podemos diferenciar entre varios tipos de consumidores, con gustos y preferencias que varían según el poder adquisitivo de los mismos.

El primer grupo de consumidores, mayoritario, corresponde a personas jóvenes que montan su primera vivienda. En función del poder adquisitivo, se adquieren muebles de una calidad mayor o menor, pero la compra siempre está condicionada por el tipo de vivienda en el que viven.

Hoy en día, y debido al elevado precio del metro cuadrado en alquiler o venta, se tiende a comprar muebles funcionales y que puedan adaptarse a lugares pequeños. Este primer grupo de consumidores, está muy condicionado por el precio. Una vez encontrado el mueble que se adapte a la funcionalidad que se pretende, el precio pasará a ser el factor determinante. Este grupo de consumidores tiende a comprar en tiendas de grandes dimensiones o en grandes superficies, destacándose una tendencia al diseño moderno.

En Portugal predomina la sociedad de clase media con unos ingresos inferiores a los de la clase media del resto de Europa, y por ello las mayores diferencias de precio se aprecian en el mueble más demandado, el funcional, donde se convierte en un factor clave en la decisión de compra.

Un segundo grupo de consumidores, es el formado por personas que buscan la sustitución o renovación del mobiliario. Se trata de una compra donde no hay ninguna prisa por la adquisición, por ello se busca más una calidad elevada y diseño donde el precio no suele ser un factor decisivo. Es, por tanto, un consumidor menos preocupado en la funcionalidad y más exigente en la estética o la calidad.

Podríamos así mismo, identificar un tercer grupo, que busca muebles de calidad en anticuarios o muebles de capricho. Es un consumidor muy selectivo con capacidad económica elevada y que tiende a la compra de mobiliario clásico restaurado o de diseño de vanguardia.

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Aunque no existe imposición legal para ello, se tiende a homogeneizar precios por parte de los comerciantes en todos los estados miembros que forman parte de la Unión Europea. A pesar de esta tendencia a la homologación de precios, los gustos y preferencias que predominan en los países son diferentes y por ello hay algunas diferencias de precio.

Lo normal, es que las grandes cadenas traigan sus listados de precios ya establecidos desde el país de origen. Se distribuyen los muebles por las distintas empresas del grupo al que pertenecen con unos listados de precios que aunque varíen, lo hacen muy ligeramente.

Otro aspecto a destacar en el precio, son los márgenes comerciales, los cuales varían según múltiples factores, - en el sector del mueble todavía más manifiesto dada la gran variedad de productos.

El hecho de que las propias fábricas se dediquen a la venta en show-rooms , así como la propia competencia, hacen que los márgenes comerciales que soportan los minoristas que compran a través de representantes, les haga vulnerables dentro del mercado al tener precios menos competitivos.

Por esta razón las asociaciones tienden a establecer cierto control en los márgenes de los agentes comerciales y los representantes, para limitar la vulnerabilidad de los minoristas en el mercado. Por ello no se puede establecer un margen riguroso o determinado, máxime cuando no hay un control directo por parte de un colegio de agentes o entidad similar, como más tarde se comentará, que los regule y controle.

Es en este apartado se quiere destacar la inauguración la primera tienda en Portugal de la cadena sueca de mobiliario, IKEA, quienes apuestan por un mobiliario a precios bajos y diseño apelativo, y que sin duda tendrá consecuencias para la competencia (cambios en las estrategias, bajada de precios..).

En Portugal, a los productos del sector mobiliario se le aplica un IVA del 19 %.

V • PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Como hemos visto en el apartado de importaciones, España es el principal proveedor de mobiliario en Portugal, con una cuota de participación de aproximadamente del 50 % del total.

El producto español en general tiene gran aceptación en el mercado portugués. En el sector del mueble en concreto, la creatividad y diseño, combinado con unos buenos precios aparece como los factores claves para el éxito de las empresas españolas frente a las portuguesas.

Hay que añadir que la proximidad del mercado y el conocimiento del mismo convierten a Portugal en uno de los primeros objetivos de las empresas de muebles españolas.

VI. DISTRIBUCIÓN

Diversos acontecimientos sociales y económicos, entre los que destaca la entrada en la UE por parte de Portugal, han transformado los circuitos de distribución del mueble portugués y de otros muchos bienes y servicios.

A finales de los años 80 se realizaron importantes reformas. En el comercio mayorista, se produjo la aparición –con gran aceptación– de las grandes empresas con grandes superficies, incluidas las del mueble, y la creación de cooperativas para realizar compras más dinámicas de las que se estaban haciendo hasta entonces. Por el lado de los minoristas, las empresas de franquicias adquirieron un papel primordial al introducir diseños más juveniles y funcionales con precios muy competitivos.

La liberalización de los mercados facilitó la entrada de competencia extranjera, lo que obligó a un ajuste en el exceso de oferta, todavía hoy existente (demasiadas empresas portuguesas de tamaño pequeño y mediano saturan el mercado con un producto muy similar que es el mueble de madera de diseño clásico).

Por otro lado y como ya se ha venido indicado, el precio es un factor clave en el sector de mobiliario en Portugal, teniendo en consecuencia efectos sobre la distribución. Los pequeños distribuidores portugueses, limitados en el precio y el tamaño de los comercios (que les impide almacenaje), se ven impotentes ante la masiva oferta de las grandes superficies que utilizan como proveedores a sus empresas extranjeras y sus políticas de precios. Por ello se han realizado numerosas asociaciones locales que tratan de proteger los intereses de los comerciantes en el entorno nacional. La creación de asociaciones también se ha llevado a cabo al nivel de los fabricantes (ver anexos).

Otro aspecto relevante es la venta al público que directamente o a los propios distribuidores realizan los fabricantes en los conocidos show-rooms, y sus consecuencias en el precio.

En el análisis de las figuras económicas que participan en la distribución, como ya hemos comentado, el sector del mueble es un sector muy atomizado, por lo que en muchas ocasiones los propios comercios son distribuidores e importadores. Por lo que no resulta sorprendente encontrarse con este solapamiento de funciones.

EL MERCADO DE MUEBLE EN PORTUGAL

Existe, además, una gran concentración de los comercios dentro de las ciudades de Lisboa, Oporto y Setúbal, donde se concentran el mayor número de empresas en unas determinadas zonas y calles de éstas.

Por último, y en lo referente a las figuras de agente y representante, hay que comentar que en Portugal no existe un colegio de agentes comerciales que regule su actividad. Por esta razón, la representación comercial la puede ejercer tanto personas individuales como colectivas, y con frecuencia los propios importadores, distribuidores, comerciantes e incluso fabricantes del sector o sectores análogos.

Los agentes o representantes suelen tener una cartera de clientes dividida en dos zonas comerciales principalmente, que son la zona de Oporto (Norte), y la zona de Lisboa (Centro-Sur) , pudiendo incluso tener una tercera zona correspondiente al Algarve o sur de Portugal. La creación de estas redes comerciales separadas suele ser recomendable.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para el sector mobiliario en Portugal, no existe ningún requisito legal, técnico, de transporte espacial o diferente que cumplir por las empresas españolas que ya trabajan en el mercado nacional en sus operaciones comerciales con dicho país.

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

Algunos ejemplos de empresas de las diversas figuras económicas presentes en el mercado portugués son:

CERNE INDUSTRIA DE MOBILIARIO, S.A.

Lavagueiras

4550-536 Pedorido

Tel.: 00351-255760300 / Fax: 00351-255760303

info@cerne.pt / www.cerne.pt

Empresa portuguesa com más de 200 empleados dedicada a la fabricación de mobiliario de madera.

CRONO-AION DECORACIONES LIMITADA

Rua República da Bolivia, 75-A

1500-545 Lisboa

Tel.: 00351-217169958 / Fax: 00351-217169958

Empresa dedicada a la distribución de muebles que tienen incluso una tienda donde comercializan sus productos. Poseen además distribuidores en España e Italia.

GRUPO KIT MARKET

Qta. João Areias Lt-2

2685-585 Camarate

Tel.: 00351-219417051 / Fax: 00351-219402017

Firma que comercializa productos mobiliarios por toda Europa. Disponen de 15 tiendas en Portugal, 12 de ellas en franquicia.

PORTICO, S.A.

Barrio Arrufana, s/n- Louredo

36415 Mos (España)

Tel.: 0034-986288053 / Fax: 0034-986486464

www.portico-as.es

EL MERCADO DE MUEBLE EN PORTUGAL

Empresa española fabricante de mobiliario que estuvieron presentes en la feria Inter-Decoração de la edición de 2004.

2. FERIAS

EXPONOR- Feria internacional do Porto

4450-617 Leça da Palmeira

Tel.: 00351-229981400 / Fax: 00351-229957499

Web: www.exponor.pt / E-mail: info@exponor.pt

- EXPORTO-HOME- Mobiliário, Iluminação e Artigos de Casa para a Exportação
- EXPOMÓVEL- Exposição de Mobiliário e Iluminação
- HABITAT- Da casa ao jardim
- CASATÊXTIL- Salão Português de Têxteis Lar e Decoração
- INTERDECORAÇÃO- Casa, Decoração e Brinde
- INTERDECORAÇÃO VERÃO- Casa, Decoração e Brinde

FIL- Feria Internacional de Lisboa

Rua do Bojador, Prque das Nações

1998-010 Lisboa

Tel.: 00351-218921543 / Fax: 00351-218921515

- HOME STYLE Salão Internacional de Decoração de Interiores, Artes Decorativas e Domésticas.
- INTERIORES Feria Internacional da Decoração
- INTERCASA Salão Internacional do mobiliário e Iluminação
- IN'NOVA Internacional Trade Show Innovate Solutions for Table & Living.

EXPOSALÃO- Centro de Exposições, Lda.

Apartado 39

2441-951 Batalha

Tel.: 00351-244769480 / Fax: 00351-244767489

Web: www.exposalao.pt

E-mail: info@exposalao.pt

- EXPODECOR Salão de Decoração, Mobiliário, Cerâmica, Iluminação, Flores e Tapeçarias
- UTILCASA Salão de Electrodomésticos, Cozinhas e Utilidades para a Casa
- EXPOCASA Salão de Mobiliário para a Casa

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

ESPAÇO & DESIGN

Edições Jovem Dinâmica, Lda.

Rua dos Correeiros, n° 53-3° Dt°

1100-162 Lisboa

Tel.: 00351-213259192 / Fax: 00351-213479180

CASA CLAUDIA

Edimpresa-Editora, Lda.

Rua Calvet Magalhães 242-Ed. S. Francisco Sales

Laveiras -2770-022 Paço de Arcos

EL MERCADO DE MUEBLE EN PORTUGAL

Tel.: 00351-214698000 / Fax: 00351-214698526

CASA & JARDIM

Edições Projardim
Rua da Misericórdia, 17-2º
1249-041 Lisboa
Tel.: 00351-213421242 / Fax: 00351-21342121

MAXIMA INTERIORES

Edimoda-Sociedade Editorial, S.A.
Av. João Crisóstomo 72
1050-128 Lisboa
Tel.: 00351-213309400 / Fax: 00351-213540410

4. ASOCIACIONES

APIMA- Associação Portuguesa das Industrias de Mobiliário e Afins

Rua da Constituição, 395
4200-199 Porto
Tel.: 00351-225025872 / Fax: 00351-225091704
Web: www.alvo.com/apima; apima@esoterica.pt

AIMMP- Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins

Rua de Alvares Cabral, 281
4050-041 Porto
Tel.: 00351-223394200 / Fax: 00351-223394210
Web: www.aimmp.pt

AIP-Asociación Industrial de Portugal

Praça das Industrias
1300-307 Lisboa
Tel.: 00351-213601000 / Fax: 00351-213639047
Web: www.aip.pt ; aip@aip.pt

AEP- Associação Empresarial de Portugal

Av. Da Boavista , 3671
4100-135 Porto
Tel.: 00351-226158500 / Fax: 00351-226176840
Web: www.aeportugal.pt

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

AEPF- Associação Empresarial de Paços de Ferreira

Parque de Exposições do Capital do Móvel
4590 Paços de Ferreira
Tel.: 00351-255861905
Web: www.capitaldomovel.pt / aepf@capitaldomovel.pt

CTIMM- Centro Tecnológico das Industrias de Madera e Mobiliário

Rua St. Marta Lordelo
4580-492 Lordelo PRD

EL MERCADO DE MUEBLE EN PORTUGAL

Tel.: 00351-253880750

Cámara de Comercio Luso Española

Avda. António Augusto de Aguiar, 9-2º E
1050-010 Lisboa

Tel.: 00351-213156758 / Fax: 00351-213526333

Web: www.ccile.pt

Consulado General de España en Lisboa

Rua do Salitre, 3
1250-205 Lisboa

Tel.: 00351-213472792 / Fax: 00351-213478623

ICEP- Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal

Avda. 5 de Outubro, 101
1050-051 Lisboa

Tel.: 00351-217909500 / Fax: 00351-217950961

Web: www.icep.pt

INE- Instituto Nacional de Estatística

Avda. António Joaquim Almeida
1000-042 Lisboa

Tel.: 00351-218426100 / Fax: 00351-21842630

Web: www.ine.pt

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN LISBOA

Campo Grande 28, 2º A
1700-093 Lisboa

Tel.: 00351-217930019 / Fax: 00351-217966995

E-mail: lisboa@mcx.es

UNEX- Unión de Exportadores de Mueble

Arturo Soria 229-321
28033 Madrid

Tel.: 0034-917664906 / Fax: 0034-917665028