

El mercado de la bisutería en Hungría

El mercado de la bisutería en Hungria

Esta nota ha sido elaborada por Marcos Coello Paz
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Co-
mercial de la Embajada de España en Budapest

Diciembre 2008

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	10
3. Importaciones Y Exportaciones del sector	10
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	16
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	18
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	19
VI. DISTRIBUCIÓN	22
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	24
BIBLIOGRAFÍA	26

CONCLUSIONES

El mercado húngaro de bisutería está en crecimiento. En el año 2006 tanto las importaciones como las ventas aumentaron muy significativamente. Las importaciones aumentaron en los últimos cinco años en un 35%. Las exportaciones por su parte aumentaron en un 37% en el mismo período. Especificar que las importaciones son mucho mayores que las exportaciones en el sector de la bisutería en Hungría. En valores totales, las exportaciones representan tan sólo un 17% del total de las importaciones, dato muy a tener en cuenta a la hora de exportar a Hungría.

La producción húngara de bisutería está reducida a la labor artesanal de pequeños talleres con lo que el abastecimiento del mercado proviene fundamentalmente de las importaciones que tiene un origen fundamental: Asia, siendo China y Corea del Sur los países destacados. Europa también es una fuente de importación para Hungría, de donde provienen principalmente bisutería más fina, como puede ser la chapada en oro o bisutería de plata.

Las importaciones asiáticas crecen a un ritmo mucho más alto que lo que lo hacen las europeas, con China como líder del mercado introduciendo un producto mucho más barato que inunda las tiendas. Por otro lado, las europeas, con especial peso de las importaciones austriacas, alemanas, polacas y francesas representan un producto de más calidad y mayor precio por unidad.

Las grandes superficies y las grandes tiendas de bisutería ofrecen producto de procedencia asiática, normalmente a través de su propia marca y a un precio mucho más reducido, mientras otras pequeñas tiendas buscan un producto más individualizado, de mayor coste por unidad y en cierta manera más exclusivo que normalmente procede de los países europeos y es donde las empresas españolas deben buscar su hueco en el mercado.

Entre los húngaros, la bisutería está de moda. Incluso entre personas que tendrían capacidad adquisitiva para comprar joyería, la bisutería aparece como producto sustitutivo de ésta. Sobre la tendencia destacar que la bisutería tiene que estar en continua adaptación a lo temporal que es la moda a la que complementa.

En la bisutería, el precio final viene determinado principalmente por los márgenes que aplican los intermediarios hasta que el producto llega al consumidor final. Estos altos márgenes del sector, están justificados por los riesgos que corren los importadores y mayoristas cuando toman las decisiones de compra del producto. Una mala selección de gama resulta tener un stock de difícil venta.

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

El producto español en Hungría no se presenta con una imagen clara en la mente del consumidor. Cierta parte de consumidores conocen bisutería española, pero no asocian dicho producto a nada en particular. No se destaca ni por diseño ni por calidad. Los productos españoles deberían aumentar la publicidad en revistas del sector, buscando la diferencia con el producto Chino e intentando que el consumidor vea al producto español como europeo que es. Remarcar los atributos de los productos: buenos materiales, diseño innovador, adecuación con la moda y los colores que más se llevan en la temporada, etc.

A large, light gray watermark of the word "ICEX" is centered on the page. The letters are bold and sans-serif. The watermark is contained within a thin, light gray rectangular border.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La siguiente nota sectorial hace referencia al mercado húngaro de artículos de bisutería, entendiéndose por éstos aquellos objetos de adorno personal que están hechos de materiales no preciosos.

Los materiales usados en la fabricación de la bisutería van desde los metales comunes, estén o no chapados en oro, plata o platino, al uso de otros materiales como latón, cobre, acero inoxidable, aluminio, alpaca, cristales, plástico, resina, madera, cuero, nylon, ámbar, conchas, etc. En definitiva, cualquier tipo de material no precioso que se pueda utilizar para la fabricación de accesorios personales.

Entre estos accesorios nos encontramos, cadenas, colgantes, brazaletes, pulseras, medallas, pins, anillos y gemelos.

Para facilitar la delimitar el sector empezaremos definiendo los tres principales puntos de venta de bisutería que se pueden encontrar en Hungría.

- Tiendas especializadas en bisutería: Son tiendas exclusivas de bisutería y por lo normal de pequeño tamaño. Son tiendas de entre 20m² y 30m². Algunas tiendas, principalmente en Budapest, son de mayor tamaño, del orden de los 150m² donde la oferta en bisutería es muy amplia. Abarca desde la bisutería fina, de fantasía y creación, y bisutería y accesorios de plástico. Estas tiendas tuvieron un boom en los años 90, cuando el sector de la bisutería experimentó un gran crecimiento. A mediados de los 90 muchas fueron las tiendas que abrieron para cubrir dicha demanda en el mercado, pero a finales de la década muchas tiendas tuvieron que cerrar por cambios en el sector: la entrada de multinacionales (grandes superficies) y producto presente en muchas tiendas que antes no eran de bisutería. Por ejemplo la bisutería como complemento en una tienda de ropa empezó a ser algo muy común. Resumiendo, hubo un notable aumento de la competencia.

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

- Tiendas de moda y accesorios: Estas son tiendas principalmente de regalos y ropa que amplían su oferta con bisutería. Tiendas donde el producto principal es la ropa y mediante la bisutería se busca complementar su oferta. Estas tiendas buscan una bisutería acorde con su oferta textil. Son por tanto, en muchos casos modelos para muchas otras tiendas de bisutería a la hora de seguir la tendencia del mercado con respecto a los diseños y colores.
- Grandes superficies: Desde su entrada en el mercado han experimentado un gran crecimiento. Con una amplia oferta, las grandes superficies como por ejemplo TESCO, año a año incrementan su cuota de mercado en el sector de la bisutería.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A continuación se presentan las partidas arancelarias de bisutería que se han tenido en cuenta para realizar la labor estadística.

TARIC	DENOMINACIÓN
711711	Bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares
711719	Las demás bisuterías de metales comunes
711790	Las demás bisuterías

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

En este apartado de nuestro estudio, centraremos nuestro análisis en las exportaciones e importaciones del país. Para más información les recomendamos la lectura del Informe Económico y Comercial de nuestra oficina. Con él pueden completar toda la información acerca de datos e información económica del país. Este informe está actualizado al 2008 y lo tienen a su disposición en nuestra página Web: <http://hungria.oficinascomerciales.es>

En las siguientes tablas se muestran las exportaciones e importaciones de los productos que hemos delimitado en el apartado anterior. En este punto del “Tamaño del mercado” las estudiaremos de forma general, sus totales. Ya en el siguiente apartado profundizaremos más en el análisis de las mismas.

Según su TARIC, estos serían la bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares; bisuterías de metales similares; y las demás bisuterías.

En la tabla nº 3 se muestran las exportaciones e importaciones generales por años de Hungría con respecto al exterior. A lo largo de estos años podemos observar como las exportaciones se han casi triplicado. Las importaciones también han crecido triplicando su valor, posicionándose en el año 2007 en casi tres veces el valor del año 2003. En términos totales, el aumento por parte de las importaciones es mucho mayor que en las exportaciones, ya que en el año 2003 se parte con unas cifras donde las importaciones son seis veces más que las exportaciones. Por tanto, en el año 2007 las importaciones han aumentado su diferencia con respecto a años anteriores.

Tabla 3 – Exportaciones e Importaciones

	2003	2004	2005	2006	2007
Importaciones bisutería Hungría (miles de €)	3.958,76	7.377,49	11.032,46	13.481,38	11.263,38
Exportaciones bisutería Hungría (miles de €)	640,64	1.413,46	1.297,67	2.308,85	1.699,24

Fuente: Datacomex

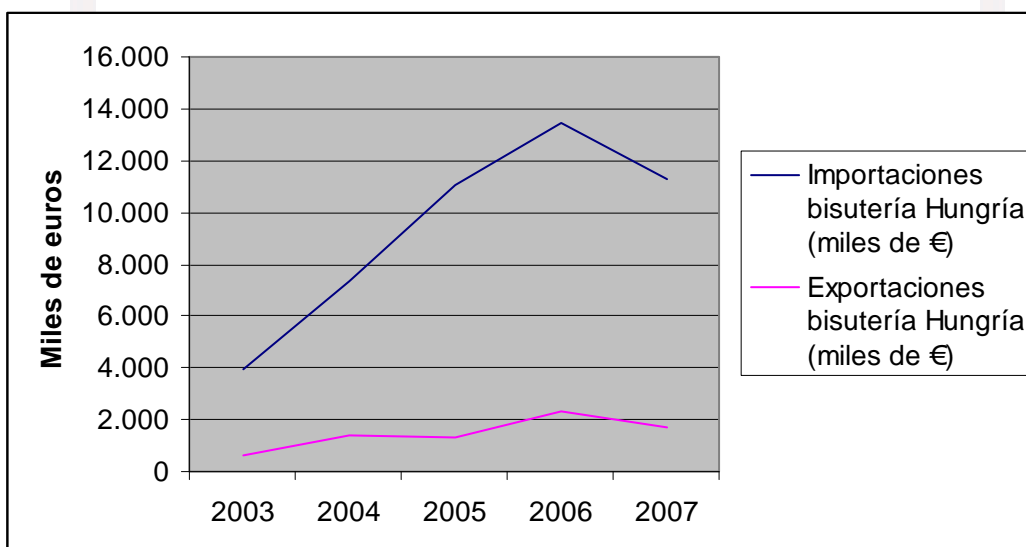
EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Destacar el año 2006, donde se ha experimentado un pico tanto en las importaciones como en las exportaciones de bisutería.

Estos datos hablan por si solos del crecimiento que el mercado de la bisutería está teniendo en Hungría al igual que en otros países europeos. La base de este mayor consumo se pueden encontrar en una serie de tendencias en la moda, como es el que cada día se vista de una manera mas casual, la importancia creciente que los jóvenes dan a la moda o ciertos estilos que suponen el llevar varios productos de bisutería en partes del cuerpo en las que anteriormente no se llevaban, como en la cintura o tobillos.

Aun habiendo visto que la situación económica general en Hungría no es muy favorable para el futuro, estas últimas buenas expectativas que ofrece el mercado hace que cada vez más empresas extranjeras se estén interesando por el mercado húngaro, reconociendo su gran potencial.

En la siguiente gráfica están representadas las exportaciones e importaciones totales del país. De una forma más clara y visual queda representada la diferencia entre exportaciones e importaciones.



2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción húngara de bisutería está reducida a la labor artesanal de pequeños talleres con lo que el abastecimiento del mercado proviene fundamentalmente de las importaciones que tienen dos orígenes fundamentales: Europa y Asia. Esta producción local es principalmente de bisutería de plástico, siendo por tanto bisutería de baja calidad. La producción local en este tipo de material sería de un 20% del total, importándose el otro 80% de China.

Se trata por tanto se trata de un mercado que se abastece principalmente vía importaciones. Como hemos visto en le punto anterior, en el período 2003-2007 las importaciones de bisutería crecieron cerca de un 285% ya estamos ante un mercado en expansión con una demanda creciente, supliendo así a la oferta local.

3. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DEL SECTOR

Si analizamos las exportaciones e importaciones según TARIC, podemos ver como la evolución de las mismas va de acorde a los totales. Destacar una vez más el año 2006 done se experimenta un aumento muy significativo de las exportaciones y las importaciones.

En el año 2007 las importaciones y las exportaciones ven reducida su cuantía. Principalmente por la situación económica general del país en dicho año.

Tabla 4 – Exportaciones e Importaciones según TARIC

	2003	2004	2005	2006	2007
Importaciones bisutería Hungría (Total, miles de €)	3.958,76	7.377,49	11.032,46	13.481,38	11.263,38
711711 - Bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares	52,53	41,91	82,73	38,88	40,67
711719 - Las demás bisuterías de metales comunes	2.300,65	5.566,95	8.409,33	10.014,49	8.581,01
711790 - Las demás bisuterías	1605,58	1768,63	2540,4	3428,01	2641,7
Exportaciones bisutería Hungría (Total, miles de €)	640,64	1.413,46	1.297,67	2.308,85	1.699,24
711711 - Bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares	-	0,51	2,34	0,97	1
711719 - Las demás bisuterías de metales comunes	142,56	897,84	1.040,64	1.384,48	1.070,9
711790 - Las demás bisuterías	498,08	515,11	254,69	923,4	627,34

Fuente: Datacomex

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

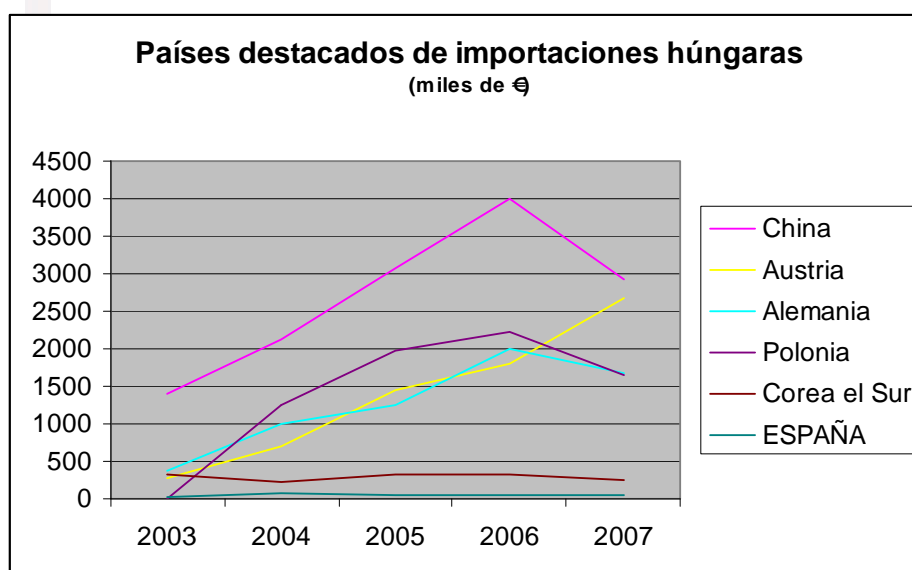
En la siguiente tabla podemos observar lo que se ha comentado con anterioridad: China es el país que principalmente exporta a Hungría, seguido de países como Austria, Alemania y Polonia. En el año pasado las exportaciones chinas se han disminuido en un 30%, las austriacas por otro lado aumentaron en algo más de un 30%.

Tabla 5 – Importaciones por países

Importaciones de Hungría por países (miles de €)	2003	2004	2005	2006	2007
China	1402,01	2121,98	3082,69	4005,61	2926,46
Austria	286,42	704,05	1438,43	1791,37	2664,65
Alemania	374,71	1003,92	1242,13	1990,75	1676
Polonia	10,42	1259,03	1975,76	2235,87	1647,65
Francia	75,72	90,2	242,23	324,57	321,35
Países Bajos	3,11	223,01	566,62	623,13	280,89
Italia	258,55	274,95	432,67	226,07	266,68
Corea el Sur	315,04	212,75	329,21	316,62	255,79
Dinamarca	0,26	14,59	193,73	267,28	182,93
Hong-Kong	258,41	500,08	615,32	246,28	154,78
República Checa	49,62	46,18	24,55	134,37	147,71
Tailandia	404,26	259,79	171,57	188,3	117,41
EE.UU.	55,18	47,39	61	68,96	96,66
Reino Unido	71,28	57,27	39,47	260,46	78,39
Turquía	11,33	23,52	48,01	25,29	66,56
ESPAÑA	33,74	85,1	43,01	47,05	57,49
India	73,8	121,34	108,5	217,25	36,94

Fuente: Datacomex

A continuación vemos representados en un gráfico los principales países y sus evoluciones durante los últimos años.

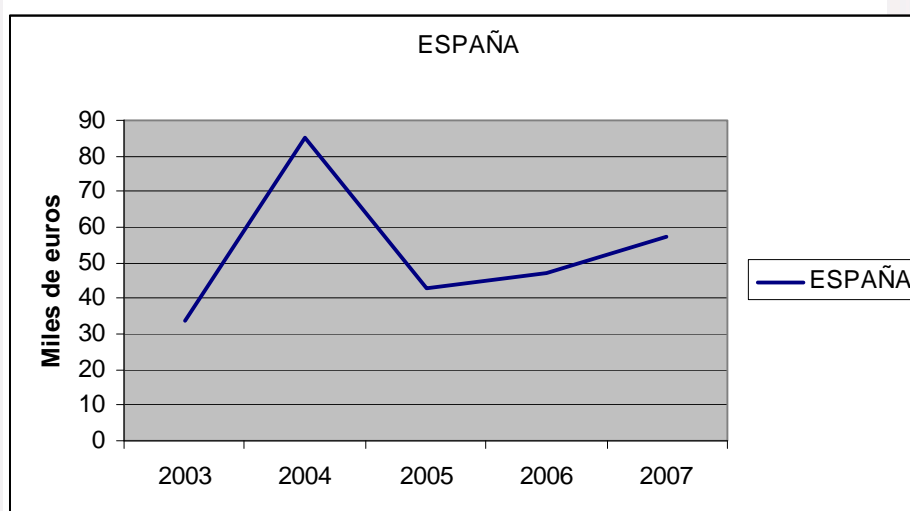


EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Como podemos observar en el la tabla anterior, las importaciones tiene un origen fundamental: Asia, siendo China y Corea del Sur los países destacados. Europa también es una fuente de importación para Hungría. Países como Austria, Alemania, Polonia, Francia e Italia son países de donde proviene principalmente bisutería más fina, un producto de más calidad y mayor precio por unidad.

En el caso de España, las exportaciones a Hungría no son destacables, sobre todo si se comparan con los principales países exportadores a Hungría. Las exportaciones españolas han ido experimentando un crecimiento progresivo durante estos últimos años, destacando un pico en el año 2005 de 85.000 euros de exportación española.

Representadas en un gráfico, a continuación podemos ver las exportaciones españolas durante los últimos cinco años.

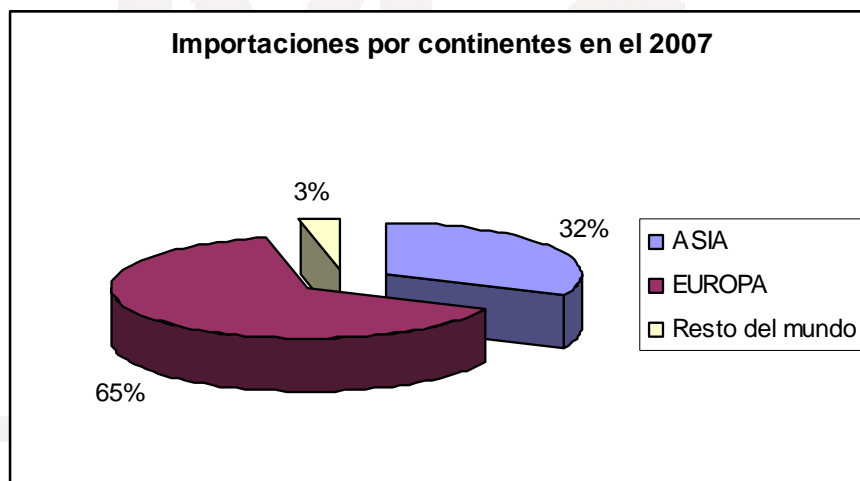
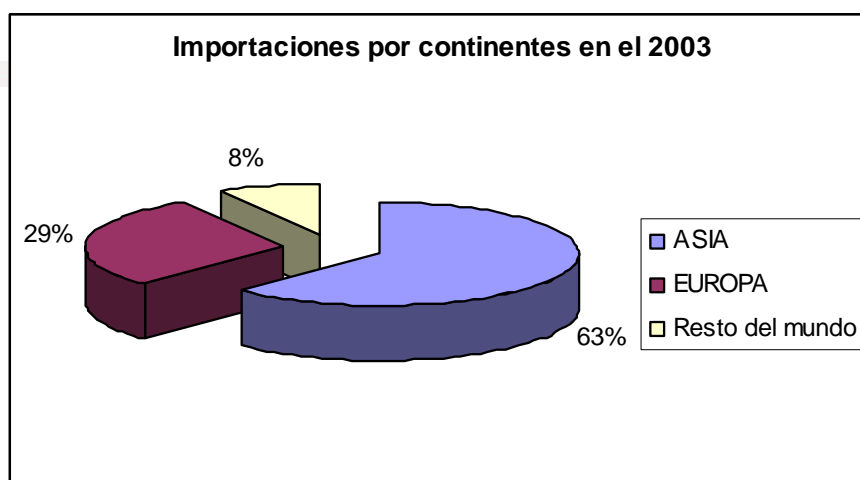


Las importaciones asiáticas crecen a un ritmo más alto que lo que lo hacen las europeas, con China como líder del mercado introduciendo un producto mucho más barato que inunda las tiendas.

Cabe destacar el hecho de que los productos traídos de China tienen un valor mucho más inferior en el mercado que el producto europeo; como consecuencia, aunque las exportaciones asiáticas sean menores en valor (€) que la europeas, la presencia en el mercado húngaro del producto chino es mucho mayor que en el europeo.

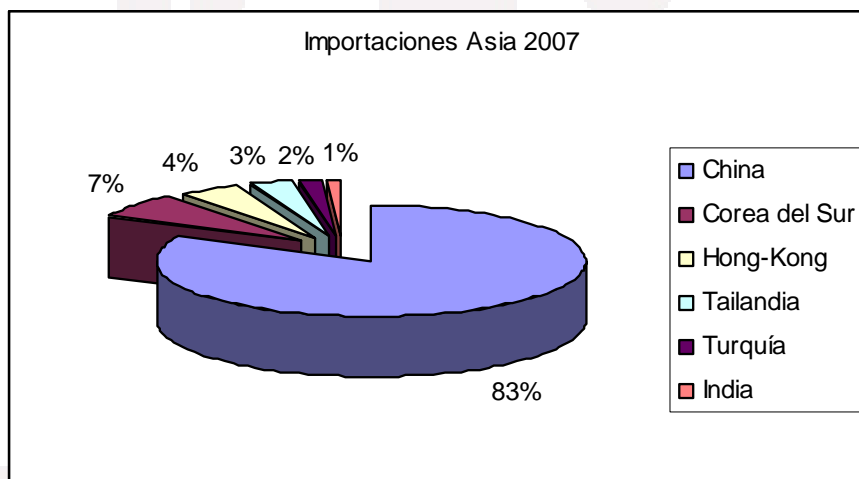
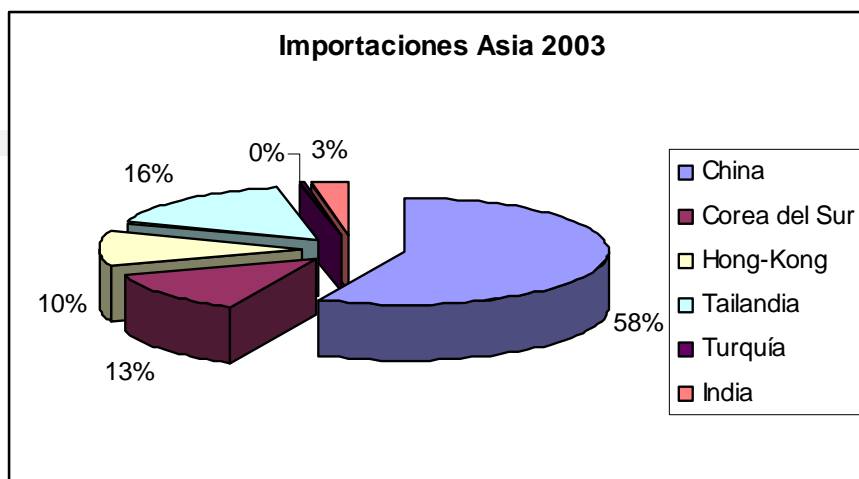
EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

En las siguientes gráficas observamos como han evolucionado las importaciones según el continente desde el año 2003 al año 2007. En el año 2003 el 63% de las importaciones de Hungría provenían de Asia, mientras que un 29% eran de Europa. Unos años más tarde, en el 2007, las importaciones de Asia disminuyen hasta un 32%. Por otro lado, la bisutería que se importa de Europa pasa a representar un 65% del total, dato muy importante en términos de valor total.



EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Como hemos dicho anteriormente, China es el país de donde se importa más. En los gráficos siguientes vemos como pasa de tener un 58% del total exportado desde Asia en el año 2003, a tener un 83% en el 2007. También es importante saber que el 58% del 2003 es sobre 2,5 millones de euros, mientras que el 83% del 2007 es sobre una cifra de 3,5 millones de euros.

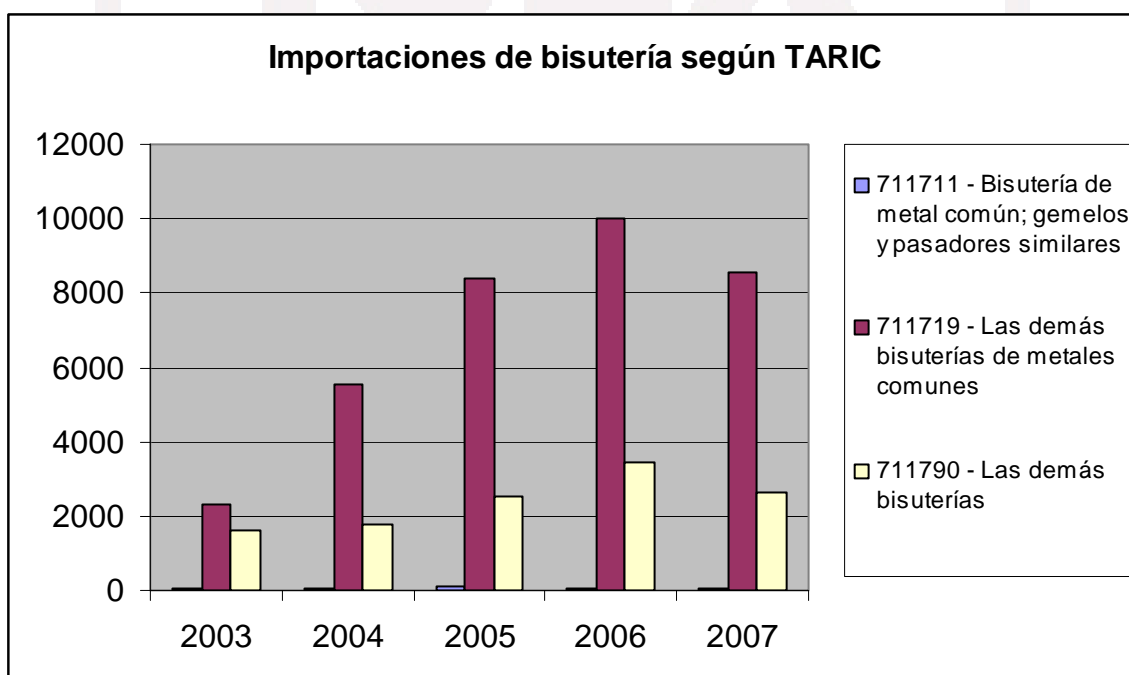


EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Por último es conveniente comentar las importaciones según su TARIC.

Simplemente destacar la mayor importancia de las importaciones de *bisuterías de metales comunes* sobre *otros tipos de bisuterías*. Si bien en el 2003 había una diferencia entre las *bisuterías metales* y las *demás bisuterías* de casi un 30%, al paso de los años esta diferencia ha ido aumentando considerablemente hasta alcanzar una diferencia en el 2007 de un 70%.

	2003	2004	2005	2006	2007
Importaciones bisutería Hungría (Total, miles de €)	3.958,76	7.377,49	11.032,46	13.481,38	11.263,38
711711 - Bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares	52,53	41,91	82,73	38,88	40,67
711719 - Las demás bisuterías de metales comunes	2.300,65	5.566,95	8.409,33	10.014,49	8.581,01
711790 - Las demás bisuterías	1.605,58	1.768,63	2.540,4	3.428,01	2.641,7
Exportaciones bisutería Hungría (Total, miles de €)	640,64	1.413,46	1.297,67	2.308,85	1.699,24
711711 - Bisutería de metal común; gemelos y pasadores similares	-	0,51	2,34	0,97	1
711719 - Las demás bisuterías de metales comunes	142,56	897,84	1.040,64	1.384,48	1.070,9
711790 - Las demás bisuterías	498,08	515,11	254,69	923,4	627,34



III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Por grupos de edades:

- Primeramente nos encontramos niñas de hasta 12 años que llevan productos de bisutería a una edad más temprana que antes, en productos de colores vivos y brillantes. En este sector, en el que en general el comprador es la madre, las niñas influyen cada vez más en el producto a comprar, sobre todo a partir de edades más avanzadas en el que están más influenciadas por las modas.
- Entre las adolescentes y jóvenes lo que está de moda, según dicta fundamentalmente la televisión, cobra aún más peso. Las mujeres por encima de la veintena, con más dinero disponible para gastar en accesorios, los compran para complementar la ropa que visten, tanto a la hora de trabajar como en su tiempo de ocio.
- A partir de cierta edad, alrededor de los 55 años, el consumo de bisutería se reduce al mínimo en favor de la joyería. Cabe destacar que en avanzadas edades el producto sustitutivo joyería cobra un peso más importante.
- Entre los hombres, el consumo de joyería como en el resto de Europa aumenta año tras año, añadiendo a los tradicionales gemelos otra serie de productos como colgantes, cadenas para cartera, pulseras, pendientes. Aunque el crecimiento del consumo de accesorios por parte de los hombres es cada vez mayor, el mayor grupo de consumidores con diferencia son las mujeres.

TENDENCIAS

Respecto a las tendencias en la demanda hay que destacar su característica fundamental, y es que como hemos dicho anteriormente, éstas cambian continuamente.

El consumo de bisutería está muy relacionado con las tendencias de moda del momento, por tanto debe adaptarse a las mismas. Como estas cambian rápidamente, las colecciones de bisutería tienen que seguir ese camino y presentar unas colecciones acordes con la moda a la que acompaña.

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Junto a la llegada masiva de bisutería procedente de Asia y que ha llevado a una reducción de precios fundamentalmente en las gamas bajas y medias, cabe destacar que por otra parte se ha producido un aumento en la demanda de productos más exclusivos en las gamas más altas, con mejores acabados y más durabilidad y dando importancia al diseñador que esta detrás del producto. Hay por tanto una oportunidad en el mercado donde el producto europeo tiene su lugar.

En las entrevistas que se han llevado a cabo con personas del sector, se ha estimado que un 60% de los consumidores miran por el precio del producto, visitan varias tiendas antes de comprar un producto. Se puede decir entonces que un 40% de los consumidores no consideran el precio como un factor determinante, tienen una idea de la bisutería como una compra económica en todos los casos.

PRODUCTOS Y MATERIALES

Los productos más comunes en bisutería son: collares, pendientes y pulseras. Destacando los collares y pulseras.

Respecto a los materiales, hay una actual combinación de los mismos. Se encuentran muchos productos que combinan varios materiales diferentes. Por ejemplo se combinan la madera, el metal, el corcho, plásticos, imitaciones de piedras preciosas o cristales con piedras semipreciosas, etc.

ESTACIONALIDAD

La compra de regalos tiene un peso específico en la venta de bisutería. Se podría decir que con especial importancia en los últimos meses del año, con la cercanía de las Navidades.

Otras fechas importantes en la demanda de productos de bisutería son tanto el día de la madre como el día del padre. También destacar:

- El 14 de febrero, San Valentín, día de los enamorados.
- Los santos de las personas.
- Navidades.
- Al terminar el colegio y el instituto.
- Época de bodas (entre mayo y septiembre).
- Regalos de empresa (al final de año).

La compra por impulso tiene mucho peso en la adquisición de bisutería, aunque cada vez esta más dirigida por la moda e innovación, en especial para el mercado adolescente. Los consumidores, a su vez son cada vez más exigentes y selectivos en cuestiones de diseño, estilo y calidad, buscando individualizar su estilo en la combinación de ropa y accesorios.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

En la bisutería, el precio final viene determinado principalmente por los márgenes que aplican los intermediarios hasta que el producto llega al consumidor final. Estos márgenes son muy amplios en comparación con otros productos. De hecho la bisutería tiene uno de los más altos márgenes aplicados sobre un producto.

Como hemos comentado durante los puntos anteriores, la bisutería en Hungría es principalmente de importación por lo que a la hora de analizar los precios empezaremos con el importador como primer peldaño de la escalera.

El importador aplica entre un 30% y un 40% de margen sobre el precio base del producto.

El mayorista aplica entre un 10% y un 20%.

En las tiendas el margen aplicado es mucho mayor, lo normal estaría en 180%, llegando en muchos casos a sobrepasar el 200%. Estos casos suelen ser tiendas localizadas en las mejores zonas comerciales de Budapest. En el caso de grandes superficies e hipermercados el margen es inferior al aplicado en tiendas. También principalmente por la diferencia de productos. En las tiendas a las que hemos hecho referencia, las que están en lugares más concurridos y comerciales, los productos ofertados son de calidad y diseño superior.

Estos altos márgenes del sector, están justificados por los riesgos que corren los importadores y mayoristas cuando toman las decisiones de compra del producto. Una mala selección de gama resulta tener un stock de difícil venta, para el que ni promociones ni rebajas ayudan a la venta del producto.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El producto español en Hungría no se presenta con una imagen clara en la mente del consumidor. Cierta parte de consumidores conocen bisutería española, pero no asocian dicho producto a nada en particular. No se destaca ni por diseño ni por calidad. Son los productos alemanes, franceses e italianos los que se asocian en el mercado como productos de calidad y diseño. Muchos son los importadores húngaros que viajan a París y sobre todo a Milán para comprar colecciones de bisutería de alta gama y diseño, buscando siempre la adecuación con las tendencias del momento y las marcadas en muchas ocasiones por la tiendas de ropa. Como hemos dicho es bisutería de alta gama, y eso tiene el consumidor en mente.

Los productos españoles deberían aumentar la publicidad en revistas del sector, buscando la diferencia con el producto Chino e intentando que el consumidor vea al producto español como europeo que es. Remarcar los atributos de los productos: buenos materiales, diseño innovador, adecuación con la moda y los colores que más se llevan en la temporada, etc.

Si bien el producto español es escasamente conocido en Hungría, si lo son cadenas como Zara, Berska o Mango. Estas empresas son en Hungría un referente en la moda, la gente que viste sus prendas viste “último diseño”. Las empresas españolas de bisutería deben subirse al carro de estas empresas españolas que su identificación es el diseño y publicitarse como tal: último diseño en bisutería.

A continuación presentamos dos formas de promoción recomendadas para las empresas españolas que quieran acceder al mercado húngaro: la feria más importante del país y la revista del sector recomendaba para publicitarse.

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

1-Feria KARÁT

En Hungría no hay ninguna feria específicamente del sector de bisutería. La feria relacionada es KARÁT. Su última edición fue el año pasado y es una feria donde se expone joyería, relojería y bisutería. A continuación se presenta una ficha técnica de la feria.

Ámbito:	Internacional
Fecha:	29 de marzo al 1 de abril 2007
Edición:	15
Frecuencia:	Cada año
Fecha próxima edición	28/2 al 2/3 del 2008
Horario	10-18 horas
Lugar de celebración:	HUNGEXPO Budapest Fair Center Pabellón A Albertirsai út 10. H-1101 Budapest
Precio de la entrada:	1 día: 1.200 forints Familia: (2 adultos + 2 niños) 2.500 forints Descuentos (estudiantes, pensionistas): 750 forints Grupos de estudiantes: 600 forints Entrada Exhibidor: 2.800 forints
Organizador:	HUNGEXPO C. Co. Ltd. Albertirsai út 10. Tel: (36-1)263-6000 Fax: (36-1)263-6098 E-mail: info@hungexpo.hu Página web: www.ifefoodapest.hu
Colaboradores	Magyar Ötvös (Orfebre Húngaro - revista)
Superficie:	3832 m ²
Precios:	37.000 forints + 20% IVA el precio de registro Precios de stand: (HUF/m2 + 20% IVA) Stand de pasillo 20 500 forints; Stand esquina 22 000 forints; Stand isla 23 000 forints.

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Servicios incluidos	5 entradas, figurar en el catálogo y vínculo desde la página de la feria a la web de la empresa.
Servicios ofrecidos	Gabinete de prensa e información; distribución gratuita de información sobre la feria y demás eventos organizados por HUNGEXPO; parking, guardarropa, bancos, restauración; servicio de azafatas, traductores e intérpretes, fotocopiadora, conexión a Internet, fax, teléfono y eléctrica, agua, mobiliario, decoración, limpieza, seguros, publicidad, etc.
Carácter:	Profesional y sector público. Primer día profesional. Días siguientes abiertos al público general.
Tipo de visitantes:	Profesionales y público general de Hungría y 9 países.
Fecha de la próxima edición:	28 de febrero al 3 de marzo 2008
Número de expositores	70
- Húngaros	48
- Extranjeros	22

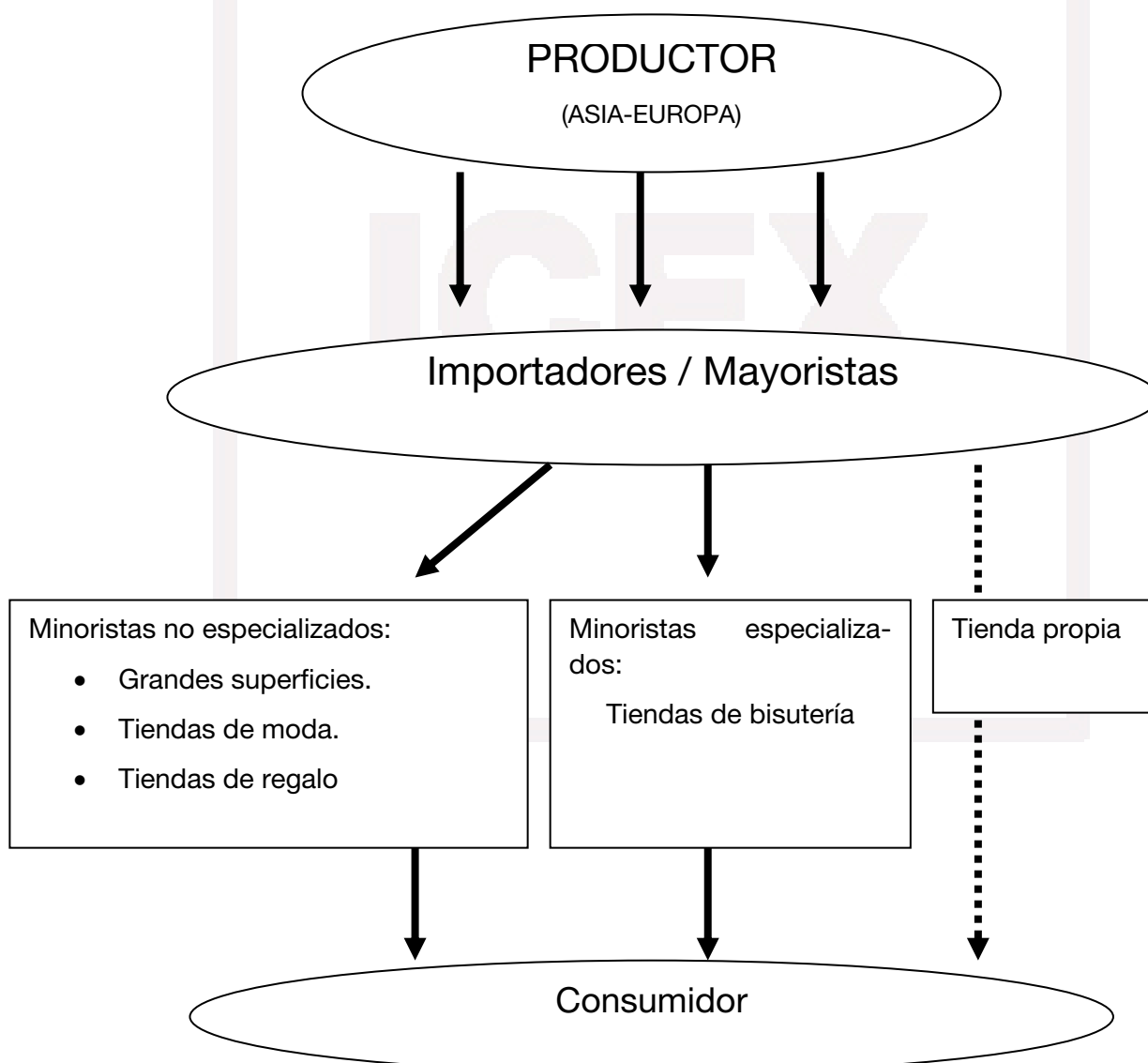
2- Publicaciones del sector

KERESKEDKERESKEDÖ

Dirección:	1025 Budapest, Srépvölgyi út 92/6
Tel./Fax:	(+ 36) 1 302 76 96
Persona de contacto:	Sr.Victor Bényi
E-mail:	akereskedo@akereskedo.com
Website:	www.akereskedo.com
Público objetivo:	Se trata de una revista mensual de anuncios para distribuidores y mayoristas en general que estos reciben gratuitamente. Principalmente ropa, moda y bisutería

VI. DISTRIBUCIÓN

El esquema de la distribución del sector en Hungría sería el siguiente:



EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

La producción húngara de bisutería como señalamos en el apartado referido a la producción local es simbólica, reducida al trabajo de pequeñas empresas artesanas con manufacturas basadas en productos de plástico. Por tanto, los productos procedentes del extranjero dominan el mercado, con un papel muy importante de los importadores.

Son muchos los casos en los que los propios importadores tienen una o varias tiendas de cara al público donde su oferta es muy amplia. Los propios importadores hacen también funciones de mayoristas sirviendo a otras tiendas, especializadas o no.

Como ya hemos comentado en la delimitación del sector, existen varios tipos de puntos de venta. Están por una parte las tiendas especializadas en bisutería y las que no. Las no especializadas serían por ejemplo las grandes superficies, tiendas de moda y tiendas de regalo.

Según las entrevistas a varias personas del sector, la venta de bisutería por Internet no está presente en Hungría. Si teniendo Web propia las tiendas para mostrar su oferta al consumidor final.

La venta por catálogo tampoco está muy presente en el mercado húngaro. Los motivos son los mismos que en el caso de la venta por Internet, la bisutería hay que “verla, tocarla y sentirla”, y esta no es sólo idea de los minoristas, el consumidor prefiere ver el producto en la tienda y probárselo.

ICEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Tras la adhesión de Hungría a la UE se han desmantelado los aranceles a la importación de artículos de joyería y de bisutería. Pero se debe tener en cuenta el IVA (AFA) que es un 20 % y que se aplica sobre el valor CIF de la mercancía.

Otros tipos de recomendaciones no oficiales son que los importadores las requieren son que hay que considerar la creciente importancia que se da a la terminación del producto, al igual que a la durabilidad de los enganches y cierres, el mantener la calidad de las muestras en el producto final para la venta o el seguir las indicaciones respecto a tamaño y colores usados dadas por el comprador.

En la etiqueta del producto debe figurar siempre:

- El país de procedencia del producto.
- El distribuidor.
- El nombre del producto.
- Material especificado en algunos casos.

No habiendo una asociación exclusiva del sector de la bisutería, a continuación citamos una serie de direcciones de interés a la hora de acceder al mercado húngaro.

Ministerio de Economía y Transporte

Dirección: 1055 Budapest, Honvéd u.13-15

Teléfono: (+ 36) 1 374 27 00

Fax: (+ 36) 1 374 29 25

Página Web: www.gm.hu

EL MERCADO DE LA BISUTERÍA EN HUNGRÍA

Cámara de Comercio e Industria de Budapest

- Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara –

Dirección: 1055 Budapest, Kossuth Lajos tér 6-8

Teléfono: (+ 36) 1 474 51 01

Fax: (+ 36) 1 474 51 05

E-mail: mail@mkik.hu

Website: www.mkik.hu

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Hungría

Dirección: 1051 Budapest, Nádor utca 23. II. 2.

Teléfono: 0036 1 302 00 74

Fax: 0036 1 302 00 70

E-mail: budapest@mcx.es

Página web: www.mcx.es/budapest

ICEX

BIBLIOGRAFÍA

- EUROSTAT: <http://europa.eu.int/comm/eurostat/>
- DataComex. Estadísticas del Comercio Exterior: <http://datacomex.comercio.es/index.htm>
- ICE: <http://www.icex.es>
- Oficina Estadística de Hungría. Központi Statisztikai Hivatal (KSH): <http://www.ksh.hu>
- Instituto Húngaro de Investigación de Mercados (GFK HUNGARIA): www.gfk.hu/
- Ministerio de Comercio Exterior Húngaro: <http://www.itdh.com/>
- Banco Nacional de Hungría. Magyar Nemzeti Bank: <http://www.mnb.hu>
- Nielsen: empresa de estadísticas y estudios de mercados.
- Revistas:
 - A Kereskedő: <http://www.akereskedo.hu>