

Bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría

A. CIFRAS CLAVE

La demanda de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría ha crecido en los últimos años debido a la tendencia a llevar un estilo de vida más saludable y al aumento del poder adquisitivo de la población. A esto se suma una mayor preocupación por la composición de los productos que se consumen, que hace que los potenciales consumidores también presten atención a la calidad del producto.

Según datos de Euroestacom, los principales proveedores de Hungría de bebidas no alcohólicas y zumos en el año 2018 han sido: Polonia –origen del 18,7 % del valor total de las importaciones–, seguida de Austria (18,6 %), República Checa (14,8 %) y Alemania (11,4 %). Por otra parte, el valor de las importaciones de bebidas no alcohólicas y zumos procedentes de España en 2018 ha supuesto un 0,73% del valor total de las importaciones húngaras, situando a España en el décimo cuarto puesto del *ranking* de proveedores.

| Variables | Cifras |
|--|-----------|
| Población total en Hungría en el año 2019 (habs.) | 9.772.756 |
| PIB per cápita a precios de mercado 2018* (EUR) | 13.686 |
| Valor de las exportaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos al resto del mundo (millones de euros, 2018) | 308,38 |
| Valor de las importaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos del resto del mundo (millones de euros, 2018) | 201,55 |
| Valor de las exportaciones españolas de bebidas no alcohólicas y zumos a Hungría (millones de euros, 2018) | 3,22 |
| Consumo aparente de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría (millones de euros, 2018) | 808,49 |
| Gasto en consumo de bebidas no alcohólicas en Hungría (millones de euros, 2018) ** | 1.133,18 |
| Valor de la producción de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría (2018) | 915,32 |

Fuente: * Oficina Central de Estadística de Hungría (KSH), ** Euromonitor, Euroestacom.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición

El objeto de estudio es el sector de las bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría. Para poder delimitar el sector de una forma más exacta, analizaremos su clasificación en función de los SECTORES ICEX. La clasificación arancelaria de las bebidas no alcohólicas se refiere al grupo 203 de SECTORES ICEX, que corresponde a “Bebidas no alcohólicas”. Dentro de este grupo, se encuentran las siguientes cuatro subpartidas:

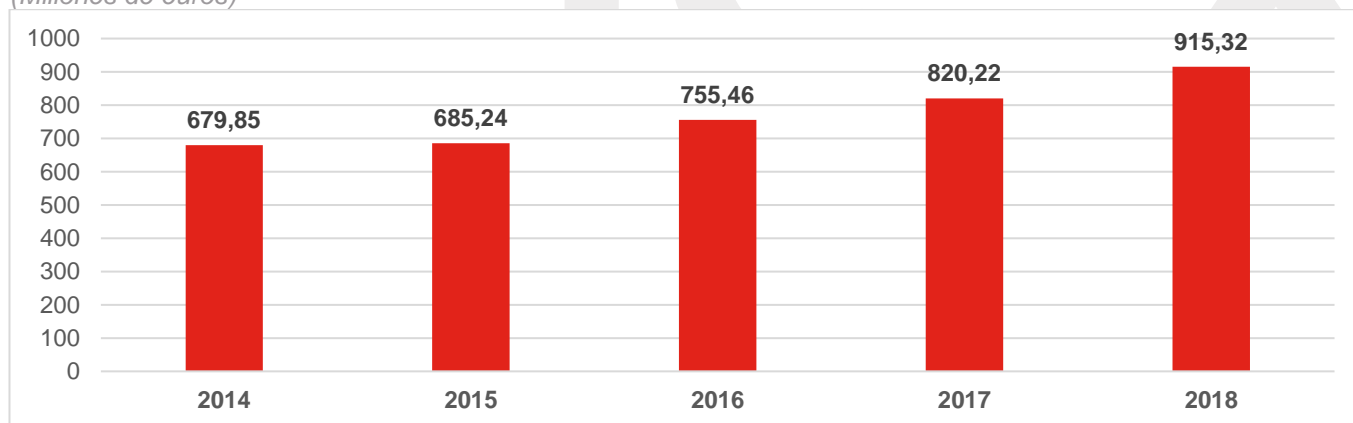
- 2030100 - Agua mineral
- 2030200 - Zumos
- 2030300 - Mosto
- 2030400 - Otras bebidas sin alcohol

B.2. Tamaño del mercado

A continuación, para determinar el tamaño del mercado de las bebidas no alcohólicas y zumos se analiza la producción, el comercio exterior –importaciones y exportaciones– y el volumen del mercado. El gráfico presenta la evolución de la producción de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría. Según los datos de la Oficina Central de Estadísticas húngara (KSH), la **producción** de bebidas no alcohólicas y zumos ha experimentado un constante crecimiento a lo largo del período 2014-2018, alcanzando en el año final del período un valor de 915,32 millones de euros, un 11,6% más que en 2017.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y ZUMOS EN HUNGRÍA, 2014-2018

(Millones de euros)



Fuente. KSH.

En el año 2018, los productores húngaros han destinado sus inversiones al desarrollo del producto y *marketing*, especialmente en zumos y agua embotellada. Entre los productores húngaros de bebidas no alcohólicas y zumos, los más destacados por volumen de ventas son: **Hell Energy Magyarország Kft.**; **Royalsekt Zrt.**; **Márka Üdítőgyártó Kft.**; **Szobi Italgyártó Kft.**; y **Fonte Viva Kft.**

En lo tocante al **comercio exterior**, por el lado de las importaciones, la Tabla 1 muestra la tendencia al alza de las importaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos del resto del mundo en los últimos cinco años. En 2018, las importaciones experimentaron un aumento del 8,9 % con respecto al año 2017, con un valor total de 201,55 millones de euros. La partida que presenta un mayor volumen de las importaciones en 2018 es el agua mineral, por un valor de 85,81 millones de euros, lo que representa un 42,6 % del valor total de las importaciones. En segundo

lugar, se encuentran los zumos, que representan un 29 % del valor total de las importaciones. Por último, otras bebidas sin alcohol, que representan el 28 % del valor total de las importaciones.

TABLA 1. IMPORTACIONES HÚNGARAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y ZUMOS DEL RESTO DEL MUNDO (POR PRODUCTOS)

(Millones de euros)

| Sectores ICEX | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 2030100 - Agua mineral | 51,70 | 59,61 | 64,58 | 77,07 | 85,81 |
| 2030200 - Zumos | 49,10 | 54,12 | 55,99 | 54,70 | 58,50 |
| 2030300 - Mosto | 0,66 | 0,55 | 0,41 | 0,05 | 0,03 |
| 2030400 - Otras bebidas sin alcohol | 31,92 | 38,07 | 45,26 | 53,21 | 57,21 |
| TOTAL | 133,38 | 152,35 | 166,24 | 185,03 | 201,55 |

Fuente: Eurostatcom.

En lo referente a los países de los que Hungría importa bebidas no alcohólicas y zumos, la Tabla 2 muestra los principales proveedores del país magiar.

TABLA 2. PAÍSES PROVEEDORES DE HUNGRÍA DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y ZUMOS

(Millones de euros)

| Ranking 2018 | Países | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % cuota de mercado 2018 | % de variación 2018/2017 |
|--------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|--------------------------|
| 1º | Polonia | 14,39 | 22,34 | 27,82 | 34,55 | 37,7 | 18,71 % | 9,12 % |
| 2º | Austria | 23,66 | 33,44 | 33,04 | 36,93 | 37,49 | 18,60 % | 1,52 % |
| 3º | República Checa | 21,47 | 16,22 | 20,42 | 25,97 | 29,87 | 14,82 % | 15,02 % |
| 4º | Alemania | 12,41 | 14,41 | 18,78 | 20,09 | 22,47 | 11,15 % | 11,85 % |
| 5º | Países Bajos | 9,52 | 10,08 | 10,45 | 8,96 | 12,18 | 6,04 % | 35,94 % |
| 14º | España | 1,26 | 1,15 | 1,13 | 1,09 | 1,48 | 0,73% | 35,78 % |
| | TOTAL | 133,38 | 152,35 | 166,24 | 185,03 | 201,55 | | 8,93 % |

Fuente: Eurostatcom.

En 2018, Polonia encabeza las importaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos con una cuota de mercado del 18,7 %. Austria y República Checa han aumentado su peso en el volumen de importaciones con respecto a 2017 en un 1,51 % y un 15 %, respectivamente. Por otra parte, España alcanzó una cuota de mercado de 0,73 %, situándose en el puesto 14º del *ranking* de proveedores de Hungría de bebidas no alcohólicas.

La Tabla 3 en la siguiente página muestra la evolución del valor de las exportaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos al resto del mundo. El valor total de las exportaciones de bebidas no alcohólicas y zumos ha experimentado un aumento del 9,52% en 2018 con respecto al año 2017, alcanzando los 308,38 millones de euros.

En 2018, el agua mineral es el producto que encabeza las exportaciones húngaras y representa un 56,24 % del valor total de las exportaciones, alcanzando un total de 173,43 millones de euros. En segundo lugar, destacan las exportaciones de zumo, que representan un 30,46 % del valor total de las ventas al exterior. Finalmente, las otras bebidas sin alcohol representan un 12,64% del valor total de las exportaciones.

TABLA 3. EXPORTACIONES HÚNGARAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (CLASIFICADAS POR PRODUCTOS)

(Millones de euros)

| Sectores ICEX | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 2030100 - Agua mineral | 85,87 | 91,64 | 125,64 | 147,22 | 173,43 |
| 2030200 - Zumos | 92,99 | 77,11 | 87,9 | 91,53 | 93,94 |
| 2030300 - Mosto | 0,15 | 0,76 | 1,44 | 2,33 | 2,01 |
| 2030400 - Otras bebidas sin alcohol | 61,41 | 53,94 | 43,38 | 40,5 | 38,99 |
| TOTAL | 240,43 | 223,46 | 258,36 | 281,58 | 308,38 |

Fuente. Euroestacom.

La Tabla 4 presenta el *ranking* de los principales países clientes de Hungría. España no aparece en este listado, lo que indica que la relación bilateral entre España y Hungría en este sector se basa en las importaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos de España.

TABLA 4. PAÍSES CLIENTES DE HUNGRÍA DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y ZUMOS

(Millones de euros)

| Ranking 2018 | Países | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % de variación 2018/2017 |
|--------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------|
| 1º | Austria | 54,33 | 33,23 | 41,87 | 56,27 | 60,23 | 7,04 % |
| 2º | Rumanía | 21,69 | 21,2 | 29,95 | 32,23 | 39,42 | 22,31 % |
| 3º | República Checa | 16,96 | 17,16 | 26,6 | 31,62 | 32,97 | 4,27 % |
| 4º | Eslovaquia | 29,44 | 25,59 | 32,47 | 31,4 | 30,25 | -3,66 % |
| 5º | Azerbaiyán | 3,51 | 11,35 | 11,78 | 15,76 | 18,53 | 17,58 % |
| | TOTAL | 240,43 | 223,46 | 258,36 | 281,58 | 308,38 | 9,52 % |

Fuente. Euroestacom.

Como puede verse en la Tabla 4, Austria ha sido el principal destino de las exportaciones húngaras en 2018, dado que representa el 19,53 % del volumen total exportado. En el caso de Rumanía y República Checa, en 2018 las exportaciones se han incrementado un 22,31 % y un 4,27 %, respectivamente, con respecto al año 2017.

Del análisis del comercio exterior húngaro de bebidas no alcohólicas y zumos, puede concluirse que Hungría es **exportador neto de bebidas no alcohólicas y zumos**, con una tasa de cobertura del 153 % en 2018.

Para determinar el tamaño del mercado deben tenerse en cuenta el volumen de producción y los resultados del comercio exterior, ya comentados.

La Tabla 5 muestra que el consumo aparente de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría ha aumentado notablemente en los últimos años, alcanzando en 2018 un valor de 808,49 millones de euros, lo que supone un aumento del 11,7 % con respecto al año 2017.

TABLA 5. EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DEL MERCADO HÚNGARO

(Millones de euros)

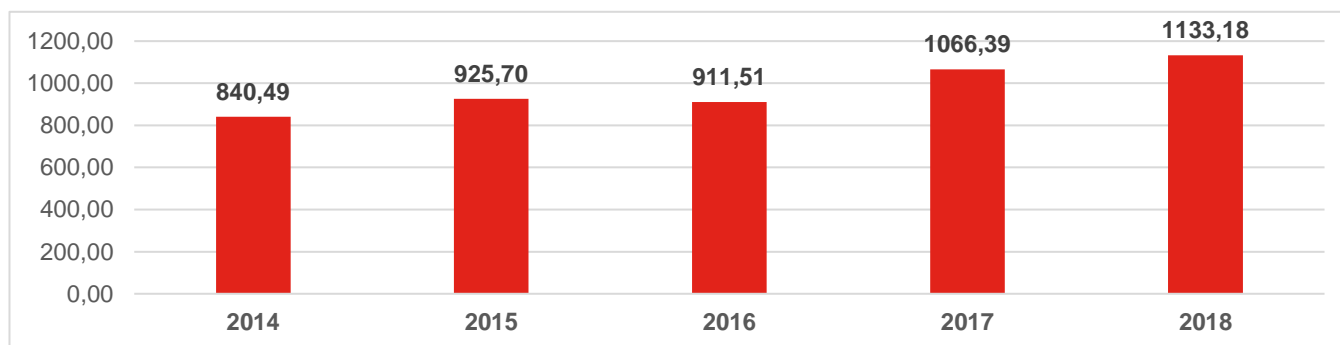
| Año | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción | 679,85 | 685,24 | 755,46 | 820,22 | 915,32 |
| + Importaciones | 133,38 | 152,35 | 166,24 | 185,03 | 201,55 |
| - Exportaciones | 240,43 | 223,46 | 258,36 | 281,58 | 308,38 |
| = volumen total de mercado (consumo aparente) | 572,8 | 614,13 | 663,34 | 723,67 | 808,49 |

Fuente: Eurostatcom.

El Gráfico 2 refleja que el gasto en consumo de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría presenta una tendencia creciente desde al año 2016, alcanzando en 2018 un valor total de 1.133,18 millones de euros, un 6,3 % más que en el año 2017. Este incremento en el gasto puede deberse al aumento del poder adquisitivo de la población y al elevado número de turistas que Hungría ha recibido durante los últimos años.

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DEL GASTO EN CONSUMO DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN HUNGRÍA

(millones de euros)



Fuente: Euromonitor.

Tanto el consumo aparente como el gasto en el consumo en el sector muestran un notable aumento durante el período estudiado. Por consiguiente, se puede decir que existen oportunidades de negocio en el sector.

Por último, la Tabla 6 siguiente muestra el valor medio en 2018 de las importaciones húngaras de bebidas no alcohólicas y zumos del resto del mundo, de los países que representan el mayor volumen de sus importaciones y, por último, de España. El objetivo del análisis de precios consiste en ver cuál es el país que ofrece precios más competitivos a Hungría y ver si los precios de los productos españoles son competitivos en este ámbito.

Como puede verse en la Tabla 6, el país que presenta los precios más competitivos entre las importaciones húngaras de zumos es Polonia (0,62 EUR/L), seguido de República Checa (0,73 EUR/L) y Austria (0,81 EUR/L). En el caso de España, el valor medio de los zumos que exportados al país magiar no resulta tan atractivo como el que ofrecen los países centroeuropeos vecinos. Sin embargo, el valor medio de exportación de zumos de España al resto del mundo es de 0,98 EUR/L, lo que indica que España cuenta con margen para ser más competitivo si decide introducir sus zumos en el mercado húngaro.

TABLA 6. VALOR MEDIO DE LAS IMPORTACIONES DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN HUNGRÍA EN 2018
 (euros por litro)

| Producto | Mundo | Polonia | Austria | República Checa | Alemania | España | Valor medio de exportación de España al resto del mundo |
|---------------------------|-------|---------|---------|-----------------|----------|-------------|---|
| Zumos | 1,22 | 0,62 | 0,81 | 0,73 | 1,31 | 1,87 | 0,98 |
| Mosto | 2,76 | - | - | - | 10 | 2,75 | 1,31 |
| Otras bebidas sin alcohol | 0,6 | 0,44 | 0,53 | 0,78 | 0,76 | 0,70 | 0,72 |

Fuente: Euroestacom.

En el caso del mosto, España y Alemania son los únicos países que muestran datos sobre el valor medio de exportación –2,75 EUR/L y 10 EUR/L, respectivamente–, siendo España el que de los dos ofrece un precio más competitivo al país magiar.

Por último, el valor medio de importación de las otras bebidas sin alcohol que ofrece España (0,70 EUR/L) es más competitivo que el ofrecido por República Checa (0,78 EUR/L) y Alemania (0,76 EUR/L).

B.3. Principales actores

En el año 2018, las principales empresas comercializadoras del sector de bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría, clasificadas en función de su cuota de mercado, han sido:

- Coca-Cola Co.: 18,7 %
- Karlovarské Minerální Vody as: 10,2 %
- Magyarvíz Kft.: 6,6 %
- PepsiCo Inc.: 4,3 %
- Nestlé SA.: 3,8 %
- Aquarius-Aqua Kft.: 3,2 %
- Eckes-Granini Group - GmbH.: 2,4 %
- Acqua Minerale San Benedetto SpA: 1,9 %
- Rauch Fruchtsafte GmbH & Co.: 1,9 %
- Hell Energy Magyarország Kft.: 1,8 %
- Pet-pack Kft.: 1,3 %
- Maxpex Wadowice Grupa: 1,2 %
- Visegrádi Ásványvíz Kft.: 1 %
- Pannónia Ásványvíz Kft.: 0,9 %
- Otros: 40,8 %

Las empresas internacionales que lideran el mercado de las bebidas no alcohólicas en Hungría cuentan con un posicionamiento estable en el país. En 2018, la empresa líder del sector era Coca-Cola HBC Hungría, con una cuota de mercado del 18,7 % del total. La empresa cuenta con una densa red de distribución que le permite estar presente en puntos de venta individuales y en operadores comerciales. Además, cuenta con una campaña continua de *marketing* muy fuerte que le permite patrocinar sus productos tanto en los puntos de venta como en los medios de comunicación.

En lo que respecta a las empresas locales que han comenzado a competir con las grandes multinacionales, destaca **Hell Energy Magyarország Kft.**, empresa que está ganando importancia tanto en Hungría como en el resto de los países de Europa, gracias a la oferta de una amplia variedad de productos y categorías de bebidas energéticas. Por otra parte, en lo tocante a la presencia de marcas españolas en el mercado magiar, destacan la empresa de agua mineral **Solán de Cabras** y los zumos y leche de **Pascual**. Sin embargo, la cuota de mercado de ambas marcas es muy pequeña.

Por último, en cuanto a las empresas de agua embotellada, la competencia en el mercado húngaro entre las empresas locales y las internacionales sigue siendo intensa.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Con el objetivo de analizar las oportunidades de mercado que el sector ofrece a las empresas españolas, en la Tabla 7 se analiza el valor de las exportaciones españolas de zumo y mosto, ya que son los productos que muestran los valores de exportación más significativos del sector.

TABLA 7. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ZUMO Y MOSTO A HUNGRÍA
(Millones de euros)

| Producto | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % variación 2018/2017 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-----------------------|
| Zumos | 0,77 | 0,67 | 0,75 | 1,79 | 2,71 | 51,40% |
| Mosto | 0,32 | 0,36 | 0,52 | 0,31 | 0,28 | -9,68% |
| Total | 1,09 | 1,03 | 1,27 | 2,1 | 2,99 | 42,38% |

Fuente: Euroestacom

En el año 2018, las exportaciones españolas de zumo y mosto a Hungría experimentaron un aumento del 42,38 % con respecto al año anterior. Esto se debe principalmente al aumento que experimentaron las exportaciones de zumo durante ese mismo año, alcanzando un valor de 2,71 millones de euros. Por otra parte, las exportaciones de mosto alcanzaron su pico más alto en el año 2016, con un valor de exportación de medio millón de euros. Sin embargo, en los dos últimos años han experimentado una caída, alcanzado en el año 2018 un volumen de exportación de 280.000 euros.

D. OPORTUNIDADES DE MERCADO

Concluido el análisis de los productos españoles más demandados por el país magiar, podemos decir que dentro del sector de bebidas no alcohólicas y zumos las empresas españolas contarían con oportunidades en los nichos de mercado de los **zumos** y del **mosto**. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las grandes marcas internacionales cuentan con una cuota de mercado relevante en este sector, hecho que dificulta el acceso al mercado. Por tanto, sería recomendable que las empresas interesadas en introducir sus productos en el mercado magiar trabajen con un **socio comercial o distribuidores locales** que se encarguen de comercializar sus productos.

Por otra parte, en los últimos años el mercado húngaro de bebidas no alcohólicas y zumos está experimentando una evolución hacia nuevas tendencias como es el aumento del consumo de bebidas de marca blanca y marcas locales. Por ello, las empresas españolas que pretendan acceder al mercado pueden optar por un **posicionamiento de marca**, estableciendo un precio más elevado y ofreciendo un producto *premium* sólo disponible en establecimientos más específicos, u optar por una **estrategia de precios competitivos**, buscando establecer un rango de precios que les permita competir con el resto de los agentes presentes en el sector.

Por último, el conocimiento que tienen los consumidores húngaros del producto español es limitado, por lo que sería necesario emprender **acciones de promoción comercial** para mejorar la imagen del producto español y situarlo en una posición similar a la de los restantes proveedores internacionales.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Los principales canales de distribución de las bebidas no alcohólicas y zumos en Hungría son:

- **Canal HORECA:** lo constituyen aquellos agentes que adquieren el producto para su consumo directo, como es el caso de hoteles, restaurantes y cafeterías. En los últimos años, el sector hotelero ha experimentado un crecimiento sostenido, siendo un sector en auge gracias al desarrollo del turismo en el país.
- **Distribución comercial:** entre las cadenas de distribución presentes en Hungría, destacan: las tiendas de conveniencia como **Spar** y **Coop**; las tiendas de descuento como **Aldi**, **Lidl** y **Penny Market**, los hipermercados como **Tesco**, **Metro** y **Auchan**; y los supermercados como **CBA** y **Tesco**. También cabe destacar la presencia de tiendas minoristas tradicionales, tiendas especializadas y tiendas mixtas.

En Hungría predominan las tiendas de descuento, que se encuentran distribuidas de forma extensiva tanto en las ciudades como en los pueblos, con el objetivo de situarse cerca de los consumidores. Por tanto, es recomendable que las empresas que pretendan introducir sus productos en el mercado magiar contacten con las cadenas de distribución para la venta de sus productos.

En lo que respecta a la distribución *online*, en el último año, tiendas de conveniencia como Spar han introducido una plataforma *online* donde los consumidores pueden realizar la compra de sus productos. Los supermercados e hipermercados como Auchan, Prima y Tesco, también cuentan con su propia página web a través de la cual venden sus productos. Sin embargo, las tiendas de descuento como Aldi, Lidl y Penny Market, aún no han introducido una tienda *online* en su web.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Hungría se incorporó a la Unión Europea en 2004, de tal forma que desde esta fecha todos los productos originados en países de la UE están exentos de gravámenes. Como se ha podido observar a lo largo del estudio, la mayor parte de las importaciones de bebidas no alcohólicas proceden de países de la UE, ya que no existe ninguna barrera a la importación. Sin embargo, las mercancías procedentes de terceros países quedan sometidas a los derechos del Arancel Comunitario.

En lo que respecta al IVA, el tipo general aplicado a las bebidas no alcohólicas y zumos es el 27 %. La entidad húngara que se encarga de los trámites arancelarios es la Oficina Nacional de Aduanas (NAV). <https://www.nav.gov.hu/>

Por último, en cuanto a las **barreras sanitarias**, todos los alimentos en circulación dentro de la UE deben cumplir el Reglamento 178/2002 de la Unión que establece los requisitos sanitarios y fitosanitarios que aseguran la salud pública.

E.3. Ferias

A pesar de que en Hungría no existe ninguna feria dedicada exclusivamente al sector de bebidas no alcohólicas y zumos, sí hay una feria que se celebra cada dos años destinada al sector de la alimentación.

- **Sirha:** feria internacional del sector de la alimentación, servicios de catering y hostelería.
 - Celebración bienal. Próxima edición: 4-6 de febrero de 2020
 - <https://sirha-budapest.com/en/>
 - Lugar: Hungexpo Budapest Fair Center, 1101 Budapest, Albertirsai út. 10.
 - Precio de la entrada: 5.000 HUF (16 EUR)
 - Para más información sobre la feria, consulte el último [Informe Feria Sirha 2018](#) de esta Oficina.



F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Para la obtención de información más detallada, se relacionan las asociaciones del sector de las bebidas no alcohólicas y zumos presentes en Hungría:

- Association of Hungarian Soft Drink, Fruit Juice & Mineral Water Producers (MAGYÜSZ). [MAGYÜSZ](#)
- Hungarian Mineral Water Association. [ASVANYVIZ](#)
- International Federation of Fruit Juice Producers. [IFU](#)

icex

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Budapest** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Hungría.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Hungría, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Nádor utca 23, II
Budapest 1051, Hungría
Teléfono: (00/36 – 1) 302.00.74
Email: margarita.blazquez@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Margarita Blázquez Sanz

Oficina Económica y Comercial
de España en Budapest
budapest@comercio.mineco.es
Fecha: 13/12/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

