

Calzado en Hungría

A. CIFRAS CLAVE

La producción de calzado en Hungría alcanzó en 2018 un valor de más de 175 millones de euros. El comercio exterior del calzado ha experimentado un crecimiento continuado en los últimos años en Hungría, tanto de las exportaciones como de las importaciones. Según los TARIC estudiados, las importaciones húngaras han experimentado un aumento del 68,83 % en el año 2018 respecto a las registradas en 2014. Por su parte, las exportaciones han experimentado un aumento del 57 % en 2018 con respecto a 2014. Los principales socios comerciales son países de Europa, además de China, Estados Unidos y Turquía. España es un socio comercial importante en este sector, ya que es el duodécimo proveedor de calzado de Hungría.



Variables	Cifras
Población total en Hungría (habs. a 1 enero de 2019)	9.772.756
PIB per cápita a precios de mercado en 2018 (euros)	13.686
Crecimiento del PIB en 2018	5,1 %
Producción de calzado en Hungría (miles de euros)	175.603,9
Valor de las exportaciones húngaras de calzado (TARIC) al resto del mundo 2018 (miles de euros)	484.783,11
Valor de las importaciones húngaras de calzado (TARIC) del resto del mundo 2018 (miles de euros)	539.000,10
Valor de las importaciones húngaras de calzado de España 2018 (miles de euros)	15.271,32
Valor de las exportaciones húngaras de calzado a España 2018 (miles de euros)	2.385,03

Fuente: KSH, Eurostat, Euroestacom.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición del sector

Los TARIC siguientes constituyen el sector del calzado:

- 6401 Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.**
- 6402 Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.**
- 6403 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.**
- 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.**
- 6405 Los demás calzados.**

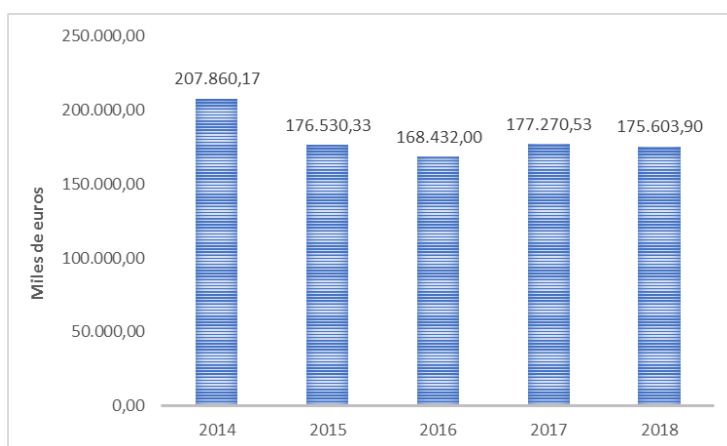
B.2. Tamaño del mercado

El tamaño del mercado depende de una serie de indicadores que deben ser analizados de manera conjunta: la producción, las importaciones, las exportaciones, el consumo aparente y el valor medio de importación.

En lo que respecta a la **producción**, la [Oficina Central de Estadística de Hungría](#) (KSH) ofrece el valor de la producción y su evolución durante los últimos años. Tras un descenso significativo de la producción en el año 2015 (- 15,07 % respecto al año anterior) y en 2016 (- 4,5 %), en 2017 aumentó un 5,25 % y en 2018 sufrió un ligero descenso (- 0,9 %). A pesar de esta ligera caída, la producción de calzado húngara se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, en torno a los 176 millones de euros de valor.

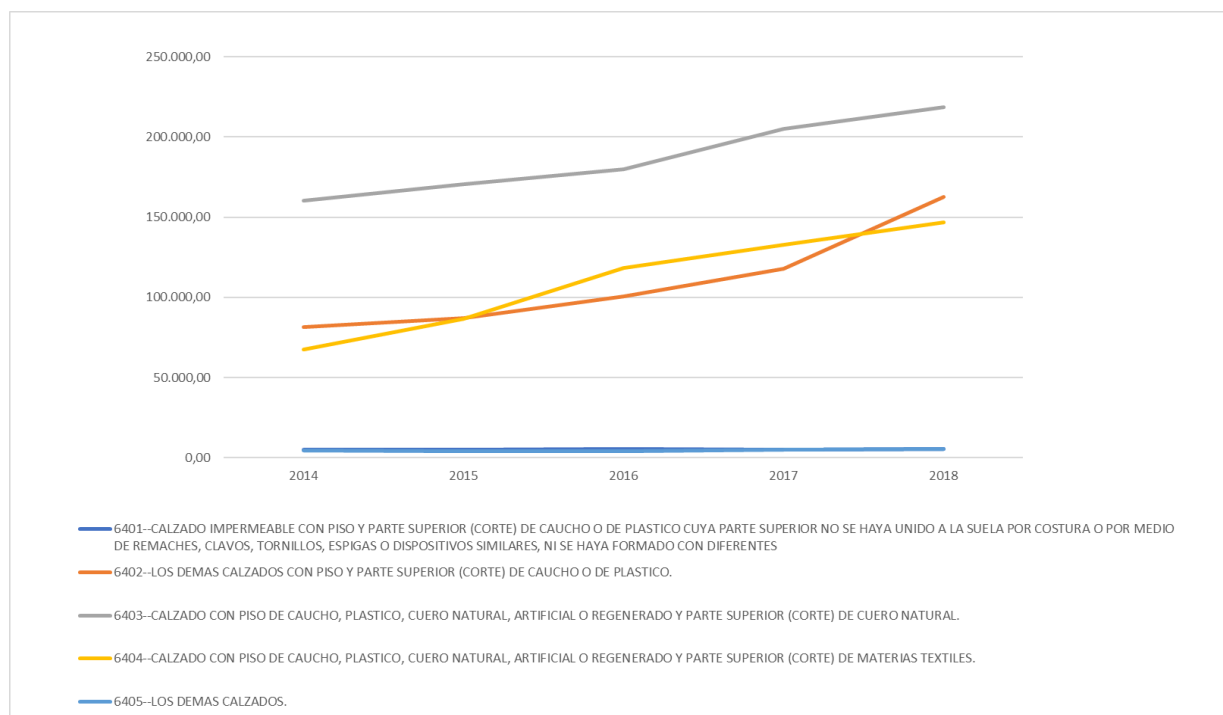
EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO EN HUNGRÍA 2014-2018

En miles de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de KSH.

Las importaciones y su evolución se analizan en el gráfico siguiente, divididas por los TARIC que conforman el sector. Así, se observa la gran importancia de las importaciones del TARIC 6403 (Calzado con piso de caucho, plástico o cuero), un 40,52 % de las importaciones totales de calzado en 2018, y el escaso volumen de importaciones de los TARIC 6401 (Calzado impermeable) y 6405 (Los demás calzados), apenas un 1 % cada uno. La tendencia de todas estas partidas es positiva, ya que en el periodo 2014-2018 todas han crecido.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES HÚNGARAS DE CALZADO
En miles de euros


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostatcom

Las importaciones húngaras de calzado aumentaron un 68,83 % en 2014-2018, con un crecimiento del 15,68 % en 2018. El alza de las importaciones totales en 2014-2018 se debe en gran medida al amplio crecimiento de los TARIC 6404 y 6402, con un 116,58 % y un 99,6 % de aumento respectivo desde 2014. En el periodo estudiado, las importaciones de estos dos TARIC casi se duplicaron, provocando el aumento de las importaciones húngaras totales

En lo tocante a los **proveedores**, hay que destacar el peso de los países colindantes como Alemania, Eslovaquia, Polonia y Austria. Además, las importaciones de China han subido de forma espectacular en los últimos años, duplicándose en 2017 y triplicándose en 2018. Por ello, China se ha consolidado como el mayor proveedor de calzado de Hungría, con una cuota de mercado del 18,18 % en 2018. La tabla siguiente muestra el *ranking* de países proveedores de las partidas TARIC estudiadas:

IMPORTACIONES HÚNGARAS POR PAÍSES DE PROCEDENCIA
En miles de euros

		2014	2015	2016	2017		2018		
	Ranking 2018	Valor	Valor	Valor	Valor	Tasa de variación 2016-17	Valor	Cuota de mercado	Tasa de variación 2017-18
1	China	10.556,59	11.955,20	15.242,59	31.675,08	107,81 %	97.969,28	18,18 %	209,29 %
2	Eslovaquia	54.496,54	55.243,76	58.952,37	58.818,30	-0,23 %	60.533,88	11,23 %	2,92 %
3	Polonia	31.666,27	31.993,94	36.301,02	48.033,70	32,32 %	57.874,94	10,74 %	20,49 %
4	Alemania	40.815,36	46.701,60	54.029,90	53.939,44	-0,17 %	56.180,94	10,42 %	4,16 %
5	Austria	12.585,81	12.079,60	16.782,05	29.562,12	76,15 %	51.969,54	9,64 %	75,80 %
12	España	18.138,46	15.269,85	18.556,35	21.460,19	15,65 %	15.271,32	2,83 %	-28,84 %
	TOTAL	319.254,10	353.694,64	408.507,50	465.944,27	14,06 %	539.000,10		15,68 %

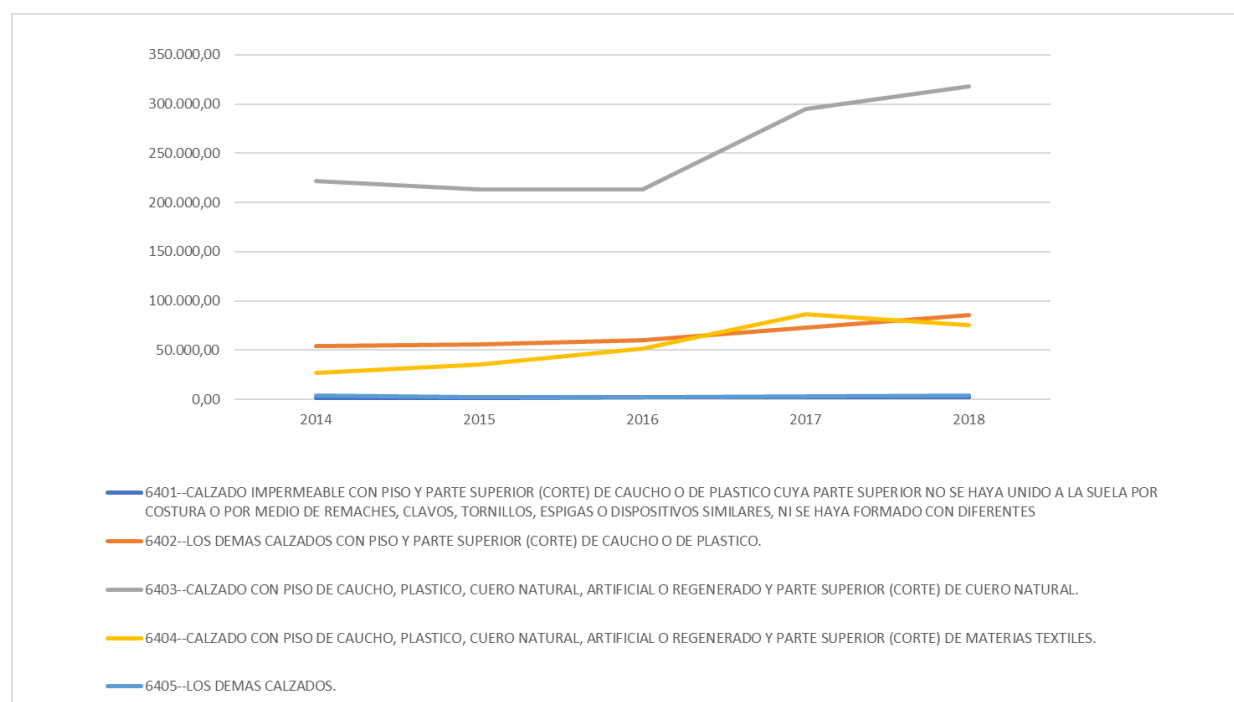
Fuente: Elaboración propias a partir de los datos de Eurostatcom.

Como se observa en la tabla anterior, la tendencia experimentada por España ha sido positiva en 2015-2017, ya que en todos estos años las importaciones totales de calzado español han aumentado en más de un 15 %. No obstante, en 2018, las importaciones húngaras procedentes de España han sufrido un fuerte descenso (-28,84 %) provocado por el gran crecimiento de las importaciones chinas, que aumentaron ese año un 209,29 %. Analizando las diferentes partidas que conforman el sector, el descenso de las importaciones húngaras de calzado español se debe al de los TARIC 6402 y 6404, partidas en las que España ha tenido una fuerte importancia como país proveedor en los últimos años y de las que China ha triplicado sus exportaciones.

En relación con las exportaciones húngaras, el gráfico siguiente muestra la evolución de estas en el periodo 2014-2018. El TARIC de mayor importancia es el 6403, pues supone el 65,57 % del total de las exportaciones húngaras de calzado, mientras que 6401 y el 6405 no suponen ni el 1 %.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES HÚNGARAS DE CALZADO

En miles de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

Las exportaciones húngaras de calzado han aumentado un 57,10 % en 2014-2018 debido en gran parte al gran crecimiento experimentado en el año 2017, en que las exportaciones aumentaron casi un 40 % respecto al año anterior. Por partidas TARIC, el crecimiento experimentado ha sido mayor en las tres partidas con mayor cuota de mercado (6402, 6403 y 6404), siendo de resaltar el gran aumento de la partida 6404, que casi ha triplicado su valor de exportación en el periodo considerado.

En la tabla de la siguiente página se muestran las exportaciones por países de destino. Al igual que ocurría con las importaciones, se observa la gran importancia del comercio con los países cercanos, como Alemania, Austria, Polonia, Italia y Eslovaquia. En 2018, es destacable el gran aumento experimentado por Italia (debido al gran crecimiento de las exportaciones húngaras de la partida 6402) y por Polonia (que ha aumentado su importancia como país cliente en todos los TARIC que conforman el sector).

España muestra una tendencia muy positiva como país cliente de Hungría, con una tasa de crecimiento del 109,50 % en 2017 y un crecimiento del 526,9 % en el 2018. En definitiva, España está aumentando su importancia como cliente de Hungría, con una cuota de mercado cercana al 0,5 % en 2018 y un crecimiento sostenido en el periodo 2014-2018. Este aumento de las exportaciones húngaras a España se debe al de las tres partidas principales

estudiadas, 6402, 6403 y 6404, que en 2018 han aumentado 1.296,43 %; 263,89 % y 619,53 %, respectivamente. Esto es, la relación bilateral entre ambos países ha visto desarrollarse su importancia en los últimos años.

EXPORTACIONES HÚNGARAS POR PAÍSES DE DESTINO

En miles de euros

	Ranking 2018	2014	2015	2016	2017	Tasa de variación 2017/16	2018		
		Valor	Valor	Valor	Valor		Valor	Cuota de mercado	Tasa de variación 2018/17
1	Alemania	128.055,12	65.932,13	113.390,47	188.265,70	66,03 %	194.934,36	40,21 %	3,54 %
2	Austria	71.038,68	65.932,13	71.699,61	81.952,30	14,30 %	86.230,61	17,79 %	5,22 %
3	Italia	37.649,55	65.932,13	37.060,32	43.351,63	16,98 %	59.313,95	12,24 %	36,82 %
4	Polonia	3.187,15	65.932,13	4.302,05	6.956,94	61,71 %	12.573,36	2,59 %	80,73 %
5	Eslovaquia	5.302,72	65.932,13	11.254,76	15.493,21	37,66 %	18.928,64	3,90 %	22,17 %
15	España	44,93	272,05	181,6	380,42	109,50 %	2.385,03	0,49 %	526,90 %
	Total	308.598,10	308.187,24	329.099,22	458.827,12	39,42 %	484.783,11		5,66 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euroestacom.

La tabla siguiente analiza la evolución de las importaciones y de las exportaciones totales de calzado en los últimos años, así como el saldo comercial y la tasa de cobertura. Como se observa, Hungría tiene un saldo deficitario en este sector, lo que quiere decir que importa más calzado del que exporta, estando la tasa de cobertura por debajo del 100 % todos los años estudiados. A pesar de la mejora de la tasa en 2017 (cercana al 100 %), en el año 2018, volvió a situarse por debajo del 90 % debido al gran aumento de las importaciones experimentado en dicho periodo (sobre todo procedentes de China).

EVOLUCIÓN DEL SALDO COMERCIAL DEL CALZADO EN HUNGRÍA

En miles de euros

	2014	2015	2016	2017	2018
Importaciones	319.254,10	353.694,64	408.507,50	465.944,27	539.000,10
Exportaciones	308.598,10	308.187,24	329.099,22	458.827,12	484.783,11
Saldo comercial	- 10.656	- 45.507,4	- 79.408,28	- 7.117,15	- 54.217,01
Tasa de cobertura	96,66 %	87,13 %	80,56 %	98,47 %	89,99 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euroestacom.

Por último, en la siguiente tabla se aglutinan todos los indicadores anteriores para obtener el consumo aparente y conseguir así una imagen más nítida del tamaño del mercado del calzado en Hungría:

TAMAÑO DEL MERCADO DEL CALZADO EN HUNGRÍA

En miles de euros

	2014	2015	2016	2017	2018
Producción	207.860,17	176.530,33	168.432,00	177.270,53	175.603,90
+ Importaciones	319.254,10	353.694,64	408.507,50	465.944,27	539.000,10
- Exportaciones	308.598,10	308.187,24	329.099,22	458.827,12	484.783,11
Consumo aparente	218.516,17	222.037,73	247.840,28	184.387,68	229.820,89

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euroestacom y KSH.

La evolución del consumo aparente ha sido creciente en 2014-2018 (+5,5 %). No obstante, es necesario tener en cuenta su descenso en 2017 debido al gran aumento de las exportaciones húngaras (sobre todo, de las dirigidas a Alemania que aumentaron un 66 % en ese periodo). Este descenso del consumo aparente se vio paliado en 2018



por el aumento de las importaciones, sobre todo las procedentes de China (con un aumento de más del 200 %), que supuso un aumento del consumo aparente en 2018 del 24,09 % respecto al año anterior.

Por último, es necesario hablar del **valor medio de las importaciones húngaras** para analizar cuál es el precio medio de importación y definir la estrategia para ser competitivo a la hora de entrar en el mercado húngaro.

VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN DEL CALZADO EN HUNGRÍA

En euros por unidad

TARIC	2014	2015	2016	2017	2018
6401 - Calzado impermeable con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico...	7,41	7,61	7,93	4,82	5,95
6402 - Los demás calzados con piso y parte superior (corte) de caucho o de plástico.	6,63	7,32	7,42	3,92	2,60
6403 - Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de cuero natural.	18,90	19,78	19,92	18,94	18,75
6404 - Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior (corte) de materias textiles.	8,54	10,17	11,08	6,93	4,38
6405 - Los demás calzados.	5,58	4,36	3,30	3,27	2,51

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostatcom.

La tabla muestra que los productos pertenecientes al TARIC 6403 tienen un precio unitario elevado (en torno a los 19 euros) en comparación con otros productos con precio de importación más bajo, y con los que sería más difícil competir (6402 y 6405). Los precios han bajado en el periodo estudiado en todos los TARIC menos en el 6403 donde se han mantenido estables. Por ello, dado que España no es un país geográficamente cercano, las empresas interesadas deberían hacer un análisis exhaustivo de los costes y del margen de beneficio para competir en el mercado húngaro.

B.3. Principales actores

B.3.1. Productores de calzado

En el sector del calzado húngaro existen empresas que se dedican únicamente a la fabricación de calzado, mientras que otras se dedican exclusivamente a su distribución. Estos datos proceden de HBI.hu, base de datos de compañías establecidas en Hungría. Los principales fabricantes son: **LORENZ Shoe Group Kft., Josef Seibel Kft., Berkemann Bt., Batz Hungary Kft., Ipoly Cipogyar Kft., SZAMOS Kft, STUCO Kft.** Estos productores suelen ser locales, y no grandes marcas multinacionales. De ellos, Lorenz Shoe Group Kft. y Josef Seibel Kft. son los que mayor volumen de producción tienen.

B.3.2. Tiendas de distribución de calzado

Las tiendas de distribución presentes en el mercado húngaro varían entre las especializadas únicamente en calzado y las que venden otros productos. Entre las especializadas en calzado destacan grandes marcas multinacionales establecidas en varios países, como es el caso de Deichmann, junto con las empresas de zapatos establecidas sólo en Hungría.

Las tiendas que más facturan en el mercado húngaro son: **Deichmann Cipőkereskedelmi Kft., SHOEBBOX Kft., CCC Hungary Shoes Kft., Leder & Schuh Kft, Salamander Hungaria Kft., Louis Vuitton Hungría Kft., RENO Cipő Kft.**

A pesar del elevado número de tiendas de distribución, tres de ellas (Deichmann, Shoebox y CCC Hungary Shoes) tienen un volumen de facturación muy superior a las demás, por lo que pueden considerarse las líderes del mercado.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

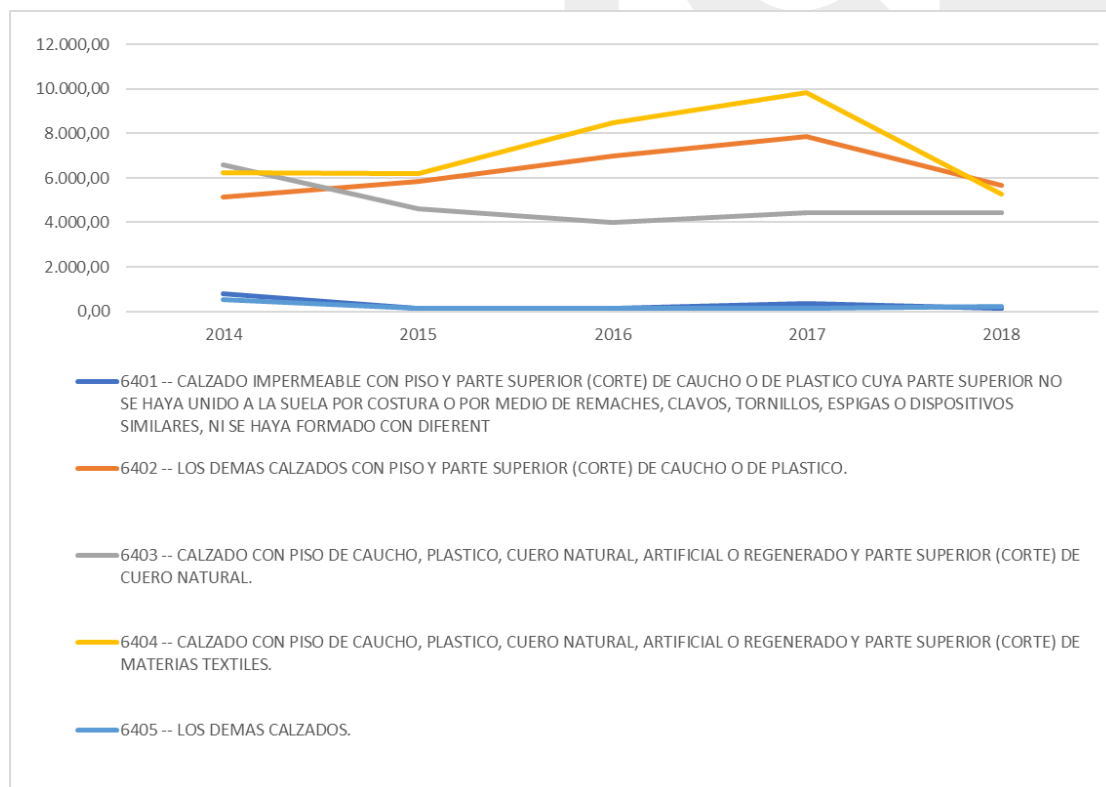
Para evaluar la percepción de la oferta española se ha realizado una encuesta entre el público y se les ha preguntado si conocían la oferta de calzado español. Asimismo, se ha obtenido información de diversos profesionales, entre ellos, productores, vendedores, representantes de calzado en Hungría y una revista especializada del sector.

Por el lado del **consumo**, se ha realizado una encuesta a 90 compradores de calzado húngaro, que puede dar una idea de cómo es el mercado local. En primer lugar, se observa una preferencia por la compra en tienda física. En segundo lugar, entre los productos de mayor demanda, los clientes destacan las zapatillas de deporte, botas y zapatos de vestir. En relación con los **factores** a los que los clientes otorgan mayor importancia, destacan el precio, el confort y el diseño. Por su parte, el origen del calzado no es un elemento primordial para los clientes y muchos desconocen las marcas españolas. A pesar de que de la información aportada por los consumidores se concluye que la percepción de la oferta española no es muy nítida, sí indica cuáles son los elementos importantes para el cliente a la hora de comprar calzado con el objetivo de ayudar a las empresas españolas a posicionarse al entrar en el mercado húngaro.

De la información proporcionada por los **profesionales**, podemos concluir que la mayoría de los consultados no tienen relaciones comerciales con empresas españolas en la actualidad. A pesar de ello, más de la mitad de las empresas contactadas sí están interesadas en establecer relaciones comerciales con empresas españolas en el futuro. Una de las empresas que sí comercializa productos españoles destaca la buena relación calidad precio de las sandalias españolas. Asimismo, tienen una percepción positiva de la oferta española, considerando a España como un buen socio comercial dado que la calidad, el estilo y los precios de los productos españoles pueden ser competitivos en el mercado húngaro. Por otra parte, los profesionales consideran duro su mercado, habituado a funcionar con agentes locales que se encargan de comercializar productos importados, pero que ofrece todas las garantías del mercado único europeo y las ventajas que ello conlleva.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CALZADO HÚNGARAS PROCEDENTES DE ESPAÑA

En miles de euros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ESTACOM.



En términos totales, las importaciones aumentaron en 2016 y 2017 más de un 14 % interanual en ambos años. A pesar de ello, en 2018 el nivel de importaciones procedentes de España descendió en torno a un 30 % debido al gran aumento de las importaciones procedentes de otros países como China, que se ha establecido como el principal proveedor de Hungría, con un crecimiento espectacular en los últimos años y una cuota de mercado del 18 % en 2018, o Austria, que aumentó en un 75 % sus ventas al país magiar. A pesar de este descenso de las importaciones en el último año, España sigue siendo un buen socio comercial, situándose en el puesto 12.º como proveedor de Hungría.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El sector del calzado ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos años en Hungría. Esto se debe, entre otros factores, al aumento del interés por la moda y por el diseño.

Tras un análisis cuantitativo de las cifras del mercado del calzado, se ha realizado un análisis cualitativo mediante entrevistas y encuestas a consumidores y a profesionales del sector para estudiar la percepción del mercado húngaro y las oportunidades que presenta.

En primer lugar, los profesionales del sector destacan el buen funcionamiento del mercado local, haciendo hincapié en la ventaja competitiva que supone para España pertenecer a la UE y tener un mercado abierto. La percepción de la oferta española por los profesionales es de un calzado de calidad con una buena relación calidad precio. En palabras de los propios profesionales, el mercado húngaro es un mercado duro, dominado por las grandes marcas de distribución multinacionales, como Deichmann o CCC, pero que sí que puede ser interesante para las empresas españolas con un producto competitivo.

Por su parte, los consumidores encuestados afirmaron que para la compra de calzado prefieren ir a la tienda física y poder probarse el producto en lugar de otros métodos de compra como Internet, aunque sí utilizan la red para comparar productos antes de ir a la tienda física. Se definieron, además, cuáles eran los elementos de mayor importancia a la hora de comprar el producto: el precio, el confort y el diseño fueron los más importantes para los casi 100 consumidores encuestados. Respecto a las tendencias de compra, la mayoría de los consumidores compran en torno a 2-3 pares de zapatos al año.

Por todo ello, los productores y distribuidores españoles pueden aprovechar un nicho de mercado relacionado con los zapatos de calidad con un diseño atractivo a un precio competitivo. Dado que la oferta española es considerada de producto con una buena relación calidad precio, el mercado ofrece la oportunidad de posicionar la marca española como una marca de calidad, pero a precios asequibles para el consumidor medio. El problema al que se enfrenta el negocio español es el de la distancia geográfica y el aumento de los costes logísticos que esto supone.

Por ello, sería recomendable que las empresas españolas establecieran acuerdos de colaboración con los grandes distribuidores presentes en el mercado húngaro para que estos vendan sus productos, consiguiendo de esta manera reducir los costes de transporte, estableciendo economías de escala debido a la cantidad de producto español demandada.

Por último, otro posible nicho de mercado que ofrece Hungría consiste en un posicionamiento mucho más agresivo: el establecimiento en el mercado de manera individual como marca de lujo. Entre los consumidores encuestados, casi el 25 % declararon estar dispuestos a pagar más de 100 euros por un par de zapatos. Esto pone de relieve la gran importancia que le dan a este tipo de producto, por lo que esta oportunidad existe claramente en el mercado húngaro.



E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Se han analizado los diferentes distribuidores presentes en el mercado húngaro y se ha obtenido información importante acerca de cómo se lleva a cabo la distribución. Al tratarse de una prenda de vestir, la efectúan empresas minoristas que venden directamente los productos al cliente.

Según los datos de Euromonitor respecto a los canales de distribución de calzado en Hungría, predomina la venta minorista en **tienda física con un 91 % del total**. Dentro de ella, las tiendas minoristas especializadas en calzado y sus complementos suponen el 61,2 % de la distribución total, junto con las tiendas deportivas, que representan un 15,6 %, y el 4,1 % es realizado por otras tiendas no especializadas de no comestibles. El 10,1 % restante se realiza en tiendas de descuento y supermercados. Por último, hay que tener en cuenta que el **9 % de la distribución del calzado se lleva a cabo por Internet y home shopping**.

En conclusión, la distribución del calzado en Hungría es llevada a cabo principalmente por grandes empresas. Entre estas destacan **Deichmann**, con un 18,1 % de cuota de mercado y **CCC Hungary Shoes** con un 11,5 %. No obstante, también están presentes otras empresas multinacionales, así como pequeñas empresas locales que tienen una cuota de mercado menor debido a la fuerte competencia a la que se enfrentan con la presencia de estas grandes marcas.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Desde el año 2004, en que Hungría se incorporó a la UE, los productos españoles no están sometidos al pago de derechos arancelarios en sus exportaciones a Hungría. Al mismo tiempo, esto implica que debe cumplirse la legislación, las normas y los estándares de calidad europeos.

En cuanto a los impuestos, el IVA general en Hungría es del 27 %.

E.3. Ferias

Existen dos exhibiciones de calzado que se celebran anualmente en Hungría. El pasado 3-4 de marzo de 2019 en Budapest se celebró la Feria [56. NEMZETKÖZI BOR-ES CIPOIPARI SZAKMAI KIÁLLÍTÁS](#) que se celebra anualmente en Budapest en torno al mes de marzo, las fechas para el 2020 todavía se desconocen, pero la persona encargada de ella informó a la oficina de que será a finales de febrero de 2020. La edición del año 2019 contó con 37 exhibidores que representaron el comercio del calzado húngaro. Se trata por tanto de una pequeña feria local, pero resulta de interés para empresas españolas por la posibilidad de establecer en ellas relaciones comerciales con una empresa húngara.

La [59. NEMZETKÖZI CIPO-ÉS BÓR SZAKKIÁLLÍTÁS](#) es una feria internacional de zapatos y de cuero que se celebrará el próximo 1 y 2 de marzo de 2020 en Budapest dirigida al público no profesional pero también acuden profesionales del sector.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Los siguientes enlaces incluyen información relevante sobre comercio e industria en Hungría y páginas web de los organismos que se han mencionado en esta ficha sector:

- Agencia Húngara de Promoción de la Inversión (HIPA): <https://hipa.hu/main>
- Agencia Húngara de Promoción de la Exportación (HEPA): <http://hepa.hu/en>
- Oficina Central de Estadística de Hungría (KSH): <https://www.ksh.hu/?lang=en>
- Base de datos de compañías establecidas en Hungría (HBI): <https://www.partnerradar.hu/>

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
Distrito V
BUDAPEST, 1051 HUNGRÍA
Teléfono: (00/36-1)3020074
Email: budapest@comercio.mineco.es
<http://Hungria.oficinascomerciales.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

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 100 (L-J 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

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.

AUTOR
Alfonso Espinosa Olarte

Oficina Económica y Comercial
de España en Budapest
Buzón oficial de la Oficina: budapest@comercio.mineco.es
Fecha: 17/02/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR HUNGRÍA



ICEX España
Exportación
e Inversiones