

# **INVERSIONES EXTRANJERAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA HUNGARA: EXPLICACION DE LAS DIFERENCIAS MEDIANTE LAS CARACTERISTICAS ESPECIFICAS INDUSTRIALES**

Por  
G. BOECKENHOFF (\*)  
K. MOELLER (\*)

## **I. INTRODUCCION**

**D**urante la transición desde la anterior economía planificada y centralizada de la Europa de los países del Este a la economía de mercado, el deterioro de la antigua estructura dio lugar a una caída drástica de la producción agraria e industrial. En algunos sectores la producción se redujo en más de un 40 por ciento (Deutscher Bundestag 1992, p. 54). La privatización se considera el camino clave para dar un giro a la economía y crear incentivos que aceleran la transición de la economía (Cámara de Comercio Húngara 1991, p. 6).

El ritmo del proceso de privatización difiere de unos países a otros, dependiendo principalmente del marco político y también de unos sectores a otros dentro de un mismo país. El comercio y otros servicios están en la vanguardia del proceso. Dichas actividades no exigen mucho capital, y se pueden realizar fácilmente operaciones de privatización a pequeña escala. En los sectores

---

(\*) Departamento de Economía Agraria, Universidad de Kiel.  
— Revista de Estudios Agro-Sociales. Núm. 166 (octubre-diciembre).

---

industriales, incluyendo la mayor parte de las industrias de transformación de alimentos, sólo ha arraigado como mucho la pequeña propiedad nacional privada. Además, en dichos sectores prevalece la producción que necesita más capital que factor trabajo y grandes unidades de planta indivisibles (Cámara de Comercio Húngara 1991, p. 8, 9, 43, 44; Galdaság Statisztikai Evkönyv 1990, p. 212).

Muchas grandes empresas de transformación operan con un eficacia baja y no competitiva y necesitan recursos financieros suplementarios para modernizar sus equipos y pagar sus créditos (Viss 1992, p. 9; Blessa 1988, p. 42-69). En la mayor parte de los casos, la transferencia de la propiedad estatal de grandes empresas indivisibles a los empleados no ha tenido éxito, pues es difícil lograr el capital necesario. Además, la propiedad en manos de los empleados ha tendido a ir en contra de la necesaria reducción del exceso de empleo (Szabó 1992, p. 11).

A fin de lograr una privatización más rápida y con mayores posibilidades de éxito, el capital extranjero parece adquirir una gran importancia. Hungría es un buen ejemplo: más del 90 por ciento de todos los activos privatizados de la industria alimentaria húngara han sido vendidos a extranjeros.

El objetivo principal era lograr divisas para financiar un presupuesto equilibrado y pagar los créditos del FMI (Kopátsy 1992, p. 5). Durante los dos primeros años del proceso de privatización (desde julio del 90 a agosto del 92), el Estado húngaro consiguió más de 600 millones de dólares estadounidenses mediante la venta de industrias (Rásko 1992, entrevista personal).

En este programa, Hungría ofreció casi todas las empresas de elaboración de alimentos a los extranjeros, pero no fue fácil para el gobierno encontrar compradores para algunas industrias, aunque el interés era notable (industrias de la carne, de la leche y del vino), mientras que otras industrias casi se vendieron totalmente (industrias del azúcar, del aceite vegetal, del tabaco y del alcohol). Véase el cuadro 1.

Así pues, tiene gran importancia para el gobierno húngaro saber el por qué algunas industrias alimentarias no se venden tan fácilmente como otras, en otras palabras, cuáles son los posibles factores

---

Cuadro 1

TRANSFORMACION Y PRIVATIZACION DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
HUNGARAS SELECCIONADAS, 1993

	Número de Empresas	de las cuales	
		Transformadas	Privatizadas
Aceite vegetal	1	1	1
Tabaco	7	6	4
Vino	7	5	1
Azúcar	12	9	7
Alcohol	8	5	3
Carne	23	10	2
Leche	17	1	1

Fuente: Agencia de Propiedad Estatal, Budapest 1993.

determinantes de la inversión extranjera directa (IED) en las industrias alimentarias húngaras en relación al tipo de industria.

En este estudio se pretende encontrar una respuesta a dicha pregunta mediante el análisis de las características industriales específicas y su relación con los factores determinantes de la inversión extranjera directa (IED) en las industrias elaboradoras de alimentos (Connor [1993], p. 395) dio una definición de la IED: es el control de la gestión de una empresa extranjera mediante la adquisición del patrimonio neto. El marco del análisis se basa en la teoría de Dunning sobre la producción internacional.

## II. MARCO DEL ANALISIS

### II.1. *La Teoría Ecléctica de la Producción Internacional*

Ha habido muchos intentos de desarrollar una teoría de la IED. Connor (1983) revisó toda la literatura económica empírica sobre los factores determinantes de la IED en las industrias elaboradoras de alimentos, tanto en los EEUU como en otros países. Consideró la teoría ecléctica de la producción internacional de Dunning como una aportación importante a este campo. Dunning revisó y amplió su teoría en una publicación posterior donde dio un resumen de su teoría: «una compañía se involucrará en actividades extranjeras con valor añadido siempre y cuando se satisfagan tres condiciones. Dichas condiciones son:

- (1) Si posee ventajas netas de propiedad (P) frente a empresas de otras nacionalidades cuando se trata de servir a mercados particulares. Dichas ventajas P adoptan, en gran parte, la forma de activos intangibles o de ventajas de control que son, al menos durante un período de tiempo, exclusivas o específicas de la empresa que las posee.
- (2) Suponiendo que se satisface la condición (1), utilizar dichas ventajas (o su producción) debe ser más beneficioso para la empresa que las posee que venderlas o alquilarlas a empresas extranjeras: esto lo hace a través de una ampliación de su valor añadido de las cadenas existentes o añadiendo otras nuevas. Estas ventajas se denominan ventajas de internalización (I).
- (3) Suponiendo que se satisfacen las condiciones (1) y (2), utilizar dichas ventajas, junto con al menos algunos factores de producción (incluyendo los recursos naturales), fuera de su país de origen ha de ser de interés general para la empresa; de otra forma, los mercados extranjeros estarían totalmente servidos por las exportaciones y los mercados nacionales por la producción nacional. Estas ventajas se denominan ventajas nacionales de los países» (Dunning 1983, p. 26). El conjunto de ventajas que afectan a cualquier actividad particular de las empresas multinacionales puede denominarse configuración PIL, (propiedad/internalización/locacional).

Stehn incluyó el enfoque de Dunning en su revisión de la literatura sobre las teorías de la IED y lo amplió a fin de explicar las características de la IED relevante en los países industrializados: la existencia de inversión recíproca y múltiple entre industrias y el hecho de que pueda observarse IED cuando no existen ventajas P y sólo existen ventajas L (Stehn 1992, p. 63).

No obstante, el supuesto de Dunning encaja en nuestro caso cuando toda la IED se dirige sólo a Hungría. En segundo lugar, como veremos, hay ventajas P netas de empresas occidentales que pueden identificarse para cada industria incluida en el presente estudio.

Otro argumento que puede esgrimirse contra la aplicación de la teoría de Dunning es que Hungría no puede clasificarse como país

---

industrializado, que es la base para los análisis empíricos de Dunning y de Stehn. No obstante, Hungría tiene una economía de mercado, y un acuerdo de asociación con la UE, todo lo cual apoya el hecho de clasificar a Hungría como país industrializado en este contexto. Por tanto, la teoría ecléctica de Dunning se aplicará en nuestro análisis posterior.

## II.2. Variación de la Configuración IL entre las Industrias

Dunning hace una distinción entre tres variables contextuales o estructurales que tienen influencia en la configuración IL. «Estas son aquellas que son específicas de países concretos de actividades (o industrias) y de empresas o compañías concretas» (Dunning 1988, p. 29). Algo relevante para el núcleo de este análisis es como la propensión de las empresas de una industria concreta a involucrarse en la producción extranjera varía de acuerdo con la gama y el tipo de productos que pretenden producir. La variación de la configuración IL nos puede llegar a explicar la diferencia de la IED entre las industrias alimentarias húngaras.

Respecto a las ventajas I, las industrias elaboradoras de alimentos son un caso especial. En primer lugar, los gastos de I+D, así como el ritmo de innovación son menores que en otras industrias (Marion 1984, p. 270; Connor 1988, p. 65). En segundo lugar los permisos para transformaciones y productos, es decir, las patentes, desempeñan un papel relativamente reducido para restringir la entrada en las industrias elaboradoras de alimentos (Connor *et al.*, 1985, p. 237). Las marcas de fábrica y los nombres comerciales son mucho más importantes. Se utilizan principalmente en industrias de bienes de consumo muy diferenciados, como el tabaco y la bebidas alcohólicas. Desgraciadamente, la amplitud y el desarrollo de la concesión de licencias, marcas registradas y nombres comerciales es en gran parte desconocido (Connor 1989, p. 33). No obstante, las encuestas demuestran que muchas compañías pretenden explotar sus beneficios procedentes de las innovaciones de los procesos de transformación y de los productos como una ventaja estratégica en el propio proceso de la competencia, (Scherer, Ross 1990, p. 628-629).

---

Sus ventajas en el proceso de la competencia se derivan de estrategias globales de comercialización que requieren un mayor control sobre la producción y sobre el proceso de comercialización. Estas estrategias predominan también entre los empresarios alemanes de la alimentación para la Europa Central y del Este. Dichos productores no consideran las licencias como una posible forma de introducirse (Moeller 1993). En este caso pueden obtenerse ventajas de un análisis específico de I.

Los cuadros 3a y 3b muestran las principales características específicas de una industria que son el origen de las ventajas P y L, y, asimismo, muestran como su importancia varía entre el conjunto

Cuadro 3a

VARIACION DE LA VENTAJA NETA ENTRE INDUSTRIAS ELABORADORAS DE ALIMENTOS SELECCIONADOS

Características	Grupo con baja IED			Grupo con alta IED			
	Carne(1)	Leche(1)	Vino(3)	Aceite Vegetal(4)	Azúcar(5)	Tabaco(6)	Alcohol(7)
<b>Propiedad</b>							
Grado de Intensidad Tecnológica	H*N=0	H*A=++	L=0	H*A=++	H*A=++	M*A=+	M*A=+
<b>Alcance de las EM (8)</b>	M*A=+	M*A=+	L=0	H*A=++	H*A=++	H*A=++	H*A=++
Alcance de la Diferenciación del Producto	H*N=0(9) M*N=0	H*A=++	H*A=++	L=0	L=0	H*A=++	H*A=++
Economía de la Producción	H*A=++	H*A=++	M*N=0	H*A=++	H*A=++	M*A=+	M*A=+
<b>Importancia de acceso favorable a:</b>							
<b>Factores de producción</b>	H*A=++	H*A=++	M*N=0	M*A=+	M*N=0	L=0	L=0
<b>Mercados</b>	H*A=++	H*A=++	M*A=+	M*A=+	L=0	M*A=+	M*A=+

## Notas:

1. Kiss 1992; Kohls and Uhl 1990; van Lear 1991; Produktahap Vee en Vless 1992; Schlitz, Meinicke, Lösch 1992; Vlaene 1991; Ward 1990.
2. Kohls and Uhl 1990; Nuytens 1992; Schlitz, Meinicke, Lösch 1992; Vlaene 1991.
3. Altmann 1992; Folwell, Castaldi 1987; Der Getränkemarkt Wein 1990; Lebensmittelzeitung 1992.
4. D'Souza 1988; Lakner 1992; Schmidt 1989.
5. Alhfeld 1972; Lakner 1992; Render 1989.
6. Brendel 1984; Greer 1980; Kohls and Uhl 1990; Lakner 1992.
7. Brendel 1984; Greer 1980; Lakner 1992.
8. La línea en negrita significa determinante para la IED.
9. Carne fresca y carne transformada.
10. Instituto de Investigación e Información para la Economía Agraria, 1992.

Cuadro 3b

VARIACION DE LAS VENTAJAS NETAS ENTRE INDUSTRIAS ELABORADORAS DE ALIMENTOS SELECCIONADOS

Características	Grupo con baja IED			Grupo con alta IED			
	Carne	Leche	Vino	Aceite Vegetal	Azúcar	Tabaco	Alcohol
<u>Localización</u>							
Origen y Distribución de Recursos fijos	L=0 H*A=+++	M*N=0 M*A=+	H*N=0 M*N=0	H*N=0 M*A=+	L=0 H*A=+++	M*N=0 L=0	L=0 L=0
Costes de Transportes de Productos Intermedios y Acabados	L=0	M*A=+	L=0	M*N=0	L=0	L=0	L=0
Barreras Específicas Comerciales para Industrias (10)	H*A=+++	M*A=+	M*A=+	H*A=+++	H*A=+++	H*A=+++	H*A=+++
<b>Naturaleza de la Competencia:</b>							
-Ritmo de Concentración	L=0	L=0	M*N=0	H*A=+++	M*A=+	H*A=+++	H*A=+++
-Barreras a la Entrada	L=0	M*A=+	L=0	H*A=+++	H*A=+++	H*A=+++	H*A=+++
¿Pueden dividirse las funciones de actividades de la industria?	H*N=0	L=0	H*A=+++	L=0	L=0	M*N=0	H*N=0
Significado de Variables Sensibles Locales:							
-Materias Primas	H*A=+++	H*A=+++	M*A=+	H*A=+++	H*A=+++	M*A=+	L=0
-Coordinación de la Cadena incluyendo Oferta a lo largo del Tiempo	H*D=—	H*D=—	M*N=0	L=0	M*N=0	M*N=0	M*N=0
-Barreras Comerciales a la Reexportación	H*D=—	H*N=0	H*D=—	H*N=0	H*N=0	L=0	L=0

Notas:

1. Kiss 1992; Kohls and Uhl 1990; van Lear 1991; Produktahap Vee en Vless 1992; Schlitz, Meinicke, Lösch 1992; Vlaene 1991; Ward 1990.
2. Kohls and Uhl 1990; Nuytens 1992; Schlitz, Meinicke, Lösch 1992; Vlaene 1991.
3. Altmann 1992; Folwell, Castaldi 1987; Der Getränkemarkt Wein 1990; Lebensmittelzeitung 1992.
4. D'Souza 1988; Lakner 1992; Schmidt 1989.
5. Alhfeld 1972; Lakner 1992; Render 1989.
6. Brendel 1984; Greer 1980; Kohls and Uhl 1990; Lakner 1992.
7. Brendel 1984; Greer 1980; Lakner 1992.
8. La línea en negrita significa determinante para la IED.
9. Carne fresca y carne transformada.
10. Instituto de Investigación e Información para la Economía Agraria, 1992.

de 7 industrias alimentarias estudiadas. La importancia de las características (A = Alta, M = Media, B = Baja) dará una estimación de la magnitud a la cual la ventaja potencial puede tener un impacto en el resultado de una actividad particular extranjera. Los niveles de importancia se sintetizan a partir de estudios de la industria respecto a la descripción de la posición relativa de una industria particular en relación a la muestra y se utilizará en la siguiente sección.

### II.3. Estimación de las Ventajas Netas P y L

Después de evaluar la distribución de la importancia de las ventajas potenciales para la empresa inversora, necesitamos dar un segundo paso para determinar si la empresa nacional posee una ventaja P o L o una desventaja. Los datos proceden de estudios de comercialización y de consultoras de la Universidad de Budapest y de entrevistas personales con representantes del sector alimentario húngaro.

En los cuadros 3a y 3b, los símbolos «V», «N» y «D» representan: V, una característica en la cual un inversor potencial tiene una ventaja. N: no tiene ventaja significativa ni desventaja y D una desventaja. A fin de describir la ventaja neta, se combinan los dos indicadores (importancia y ventaja) mediante multiplicación en una tercera fase. El cuadro 2 muestra la matriz de combinación.

El método de las tres fases se desarrolló para sacar una ventaja neta que no sólo dependa de la ventaja simple de una potencial empresa extranjera sobre las empresas nacionales o respecto al país de inversión, sino también de la importancia de la propia característica con respecto a la empresa particular. En otras palabras, una simple

Cuadro 2

MATRIZ DE COMBINACION DE LOS INDICADORES DE IMPORTANCIA Y VENTAJA

Importancia		Ventaja	Ni Ventaja significativa ni Desventaja	Desventaja
		V	N	D
Alta	A	++	0	-
Media	M	+	0	-
Baja	B	0	0	0

ventaja (V) da como resultado una ventaja neta (+ ó ++) sólo en el caso en el que la característica específica de la industria sea al menos medianamente (M) importante para la industria. Estas estimaciones resultantes de las ventajas netas se han intentado completar para todas las características de todas las empresas. Los resultados específicos se tratan en el capítulo siguiente.

### III. ANALISIS

Los cuadros 3a y 3b muestran que las ventas P y L varían de una industria a otra. No obstante, dados los dos grupos de industrias clasificados de acuerdo con el alcance V de la IED, se puede ver que las ventajas netas de los inversores extranjeros en las industrias del azúcar, del aceite, del tabaco y las bebidas alcohólicas destiladas únicamente se basan en algunas características importantes. Los cuadros indican que hay cuatro características donde observamos una distribución de las ventajas P y L de acuerdo con la clasificación del grupo. El grupo con aquellas industrias que están casi completamente privatizadas se caracteriza por una ventaja neta y basada en el alcance de las multinacionales y el acceso a factores de producción y mercados. Tienen una ventaja neta L respecto al funcionamiento de la cadena de comercialización y a la naturaleza de la competencia entre las empresas. En los siguientes capítulos se analizarán esas cuatro características que muestran una ventaja neta de las industrias extranjeras sobre las industrias alimentarias húngaras. A fin de identificar mejor los factores subyacentes que determinan nuestras estimaciones y mostrar las interdependencias entre dichas ventajas, el análisis se centrará en dos características relacionadas al mismo tiempo.

#### III.1. *El Alcance de las Multinacionales y la Naturaleza de la Competencia entre Empresas*

La importancia de las empresas multinacionales varía según las diferentes industrias. Mientras que algunos mercados están dominados por unas cuantas empresas con base mundial (p. ej., el tabaco),

---

no ocurre así siempre. Las multinacionales tienden a ser más importantes en industrias alimentarias que cuentan con una o más de las siguientes características: elaboran productos y bebidas muy diferenciados y envasados (Connor *et al.*, 1985, p. 114), pueden caracterizarse como industrias basadas en capital intensivo (Dunning 1988, p. 25) o pueden encontrarse en mercados con un grado de concentración alto (Marion 1985, p. 253). Estudios realizados en diferentes mercados mostraron que ratios de concentración más altos en mercados concretos llevan a ganancias medias más altas cuando se compara con mercados con menor grado de concentración (Scherer, Ross 1992, p. 410). Las ventajas de las empresas multinacionales reside en la diversificación del riesgo y en la coordinación de actividades con valor añadido por encima de las fronteras nacionales (Dunning 1988, p. 25). Al compararlas internacionalmente, observamos que las empresas multinacionales predominan en las industrias del aceite, del azúcar, del tabaco y de las bebidas destiladas. Las empresas multinacionales son muy escasas en las industrias cárnicas, lácteas y vinícolas.

La IED en la industria cárnica y láctea es comparablemente baja. Horst estudió la inversión extranjera directa de los transformadores de alimentos estadounidenses y concluyó que las tecnologías de producción y comercialización utilizadas son el principal factor para determinar la actividad de la IED de industrias alimentarias concretas. Los fabricantes de leche condensada y carne iniciaron un proceso de inversión extranjera a gran escala y con éxito. No obstante, con el paso del tiempo, las nuevas técnicas de producción se difundieron ampliamente y minaron la ventaja competitiva de dicha empresa en el extranjero. Como consecuencia de esto, todos los que se dedicaban al envasado de carne en los Estados Unidos abandonaron sus operaciones en el extranjero en los años 60 (Horst 1974).

La naturaleza de la competencia entre empresas es una de las variables locacionales donde se observa una evaluación de acuerdo con la clasificación del grupo. La industria alimentaria húngara muestra unos ratios de concentración muy altos en aquellos sectores que han podido atraer inversores extranjeros con bastante facilidad, mientras que los mercados de la carne, leche y vino muestran unos ratios de concentración considerablemente menores.

---

El cuadro muestra que los inversores pueden lograr (cuadro 4) una participación notable en el mercado húngaro comprando solamente algunas empresas. Las ventajas de las empresas multinacionales mencionadas anteriormente les permite financiar una adquisición de cuotas de mercado significativas y soportar el riesgo de la inversión. El proceso de privatización muestra que si las empresas multinacionales están interesadas en introducirse en el mercado húngaro, a menudo no sólo están interesadas en tomar posición en el mercado, sino en lograr una cuota significativa del mercado (Lakner 1992, p. 4). La industria azucarera ha sido prácticamente vendida a tres empresas multinacionales, la industria tabaquera a cuatro, y la del aceite vegetal a una compañía extranjera.

La ventaja L «naturaleza de la competencia» incluye otra variable importante que contribuye al atractivo de una industria para la IED. Las barreras a la entrada tienen un gran impacto en la situación competitiva en mercados concretos. En el caso del tabaco y de los productos derivados de la destilación del alcohol, las barreras por la diferenciación de productos disuaden a nuevos participantes. Además, observamos una primera ventaja en Hungría, porque la efectividad, para los nuevos participantes de hacerse publicidad, es inferior a la de las empresas ya existentes (Greer 1980, p. 190-192; Borsos 1990, p. 16-20). Ambos factores conducen a barreras a la entrada creadas por ventajas que los rivales no pueden duplicar inmediatamente. En las industrias del azúcar y del aceite, las economías de escala afectan a los nuevos participantes como la principal barrera, porque una dimensión por debajo de la óptima está sometida a costes considerablemente superiores (Render 1989, p. 49; D'Souza 1988, p. 19). Las estadísticas nacionales muestran que las barreras a la entrada en las industrias húngaras de la carne, la leche y el vino son menos importantes. En la industria láctea el número de empresas está aumentando porque tanto las cooperativas como los pequeños transformadores de la leche consideran beneficioso producir para el mercado local (AgE 29/92). El número de pequeñas empresas dedicadas al sacrificio de animales aumentó desde 400 al principio de 1990 hasta 700 al final de 1992 (Husipari Szövetseg, 1992). En las zonas vinícolas de Hungría existen un creciente número de viticultores a pequeña escala que están creando sus

---

propias instalaciones destinadas a la transformación y a la comercialización (Altmann 1992, p. 17).

El análisis de las dos variables mostraba que la situación del mercado en industrias con un alto grado de privatización estaba muy lejos de ser perfectamente competitivo. El acceso relativamente fácil a una elevada cuota de mercado y las grandes barreras a la entrada que disuadirían a nuevos participantes, pueden identificarse como uno de los principales incentivos para que las multinacionales entren en el mercado. En el caso de la carne, la leche y el vino, el mercado es más competitivo y el acceso para nuevos participantes más fácil. En dichas industrias existe también una gran capacidad de producción que no está en manos del Estado, lo que hace que las empresas no pueden ejercer tanto poder en el mercado.

### III.2. *Importancia del acceso a mercados relevantes y el funcionamiento de la cadena*

La capacidad de una empresa para tener un acceso favorable a los mercados y a los factores de producción, y la coordinación con las industrias al alza y a la baja han sido un incentivo para la IED en sectores de la industria húngara. El cuadro 4 muestra que ambas características llevan a una clara ventaja P y L de la industrias alimentarias extranjeras, frente a las húngaras. Las dos variables pueden constituir un incentivo importante para que las empresas extranjeras se involucren en la producción internacional.

No obstante, especialmente en aquellos sectores en los que exista una gran dependencia del funcionamiento de las industrias, al alza y a la baja, se puede afirmar que existe una desventaja para la industria alimentaria húngara.

Por ejemplo, en el caso de las industrias cárnicas y lácteas, la organización de un sistema de adquisición para los animales sacrificados y la leche es una tarea muy exigente. Se supone que el sistema organiza una oferta permanente de materias primas procedentes de un gran número de proveedores. Además del proceso del sacrificio está relacionado con un gran proporción de costes fijos en comparación con el valor añadido y por tanto, muy sensible a la infrautilización de las capacidades dispo-

---

nibles (Ward 1990, p. 68). En el lado de la producción también observamos la necesidad de un acceso a mercados concretos que garanticen una demanda permanente y predecible, porque la carne sólo puede almacenarse hasta un cierto grado. La industria láctea se halla en una situación comparable en lo que se refiere a la importancia de los sistemas de adquisición y distribución (Kohls, R., Uhl, J.N. 1990, pl. 408-423).

Mientras que las empresas de los países occidentales dedican una parte considerable de su capacidad de gestión a organizar su coordinación con las industrias tanto al alza como a la baja, las industrias húngaras de la carne y de la leche estaban menos conectadas con esas actividades. En la industria cárnica, por ejemplo, sólo el dos por ciento de la mano de obra y menos del uno por ciento del presupuesto se utilizaron para comercializar su producción (Coveco 1991, p. 44-62). La industria cárnica no siente la necesidad de tener una coordinación, respecto al mercado, con las industrias al alza y a la baja, ya que los contratos eran el principal instrumento para organizar la obtención de materias primas y la comercialización de la producción (Vlaene 1990, p. 21).

La desventaja P relativa al acceso favorable a mercados y a factores de producción de las empresas húngaras frente a la industria de la carne y la leche de los países occidentales se agrava por el mal funcionamiento de la cadena de comercialización en Hungría. Las estadísticas de producción muestran una gran variación de la producción y de los precios anuales de la leche y la carne en Hungría. Especialmente en el caso de industrias que dependen de materias primas, producidas a nivel nacional, los transformadores encuentran dificultades para predecir la cantidad de materias primas disponibles para ellos después de que ha tenido lugar el proceso de ajuste en el sector agrario. Por el momento, los agricultores no reciben suficiente información sobre qué producir y cómo producirlo a fin de satisfacer las necesidades cuantitativas y cualitativas de la industria de la carne y la leche (PVV 1992, p. 40; Nuytens 1992, p. 5). Especialmente, en lo que se refiere a la calidad del producto, los productos acabados de las industrias cárnica y láctea son muy sensibles a la calidad del producto básico que no puede compensarse a lo largo del proceso de producción.

El cuadro 4 muestra que la tercera industria en el grupo de las industrias apenas privatizadas, la industria vinícola, tiene problemas a

---

Cuadro 4

NUMERO DE EMPRESAS PROPIEDAD DEL ESTADO Y CONCENTRACION  
EN LAS INDUSTRIAS HUNGARAS ALIMENTARIAS SELECCIONADAS, 1992

	Número	CR4	Concentración (por ciento) CR8	Empresas más grandes
Carne	23	25	42	8
Leche	17	33	55	15
Azúcar	12	58	90	18
Aceite	1	n.d. (*)	n.d. (*)	98
Alcohol	8	80	100	25
Vino	7	62	83	20
Tabaco	7	90	100	30

Fuentes: Agencia Estatal de la Propiedad, Budapest, 1992, Universidad de la Industria Alimentaria y Hortícola 1992.  
Nota: (\*) n.d.: no disponible.

causa de la ausencia de acceso favorable a los mercados y de la coordinación de la cadena. Dicha industria es diferente a la cárnica y la láctea, en muchos aspectos (véanse características P). La obtención de uvas y los primeros pasos de la transformación tienen lugar en un período limitado al año y es menos complicado que en el caso de la carne y la leche. No obstante, en lo que respecta a la producción, las tres industrias se encuentran frente a los mismos problemas causados por la pérdida de sus mercados en la Europa del Este (AgE 29/92 13.07.1992; Schlitz Meinicke, Lösch 1992, p. 71). Para la industria exportadora dependiente del vino, el acceso a nuevos mercados importantes es vital, ya que en dicha industria la capacidad de comercialización es más importante que los costes de obtención y de transformación a fin de maximizar los beneficios (Folwll, Castaldi 1987, p. 291). La mayor parte de la industria húngara vinícola ha de orientarse y ajustarse a los mercados que exijan una mayor calidad y esto es difícil sin el apoyo de los países occidentales. Por ahora, los inversores extranjeros sólo muestran interés en lugares que producen vino con, al menos, cierta reputación en el mercado de Europa occidental (Lebensmittelzeitung n.º 46, p. 52).

El segundo grupo de industrias, en el que se incluye la producción de aceite, azúcar, tabaco y bebidas alcohólicas, depende menos de un acceso favorable y del funcionamiento de la cadena local. No obstante, la importancia varía de unas industrias a otras y se explica en el siguiente apartado.

Aunque existe una oferta extensiva adicional de tabaco producido en el país y una variedad completa de materias primas para la destilación del alcohol, las industrias del tabaco y de las bebidas alcohólicas pueden satisfacer las necesidades de sus materias primas en el mercado mundial (Brendel 1984, p. 323). En la mayor parte de los casos, la destilación del alcohol y la producción de bebidas alcohólicas está integrada verticalmente (Brendel, Oberender, 1984, p. 375). De ahí que en ambas industrias el acceso a los factores de producción y la coordinación con las industrias locales al alza no es un factor crucial para el éxito económico. La comercialización de estos dos productos también es diferente a lo que hemos visto en el primer grupo. El propio producto y la promoción son los instrumentos de comercialización que principalmente se utilizan para fomentar la venta de bebidas alcohólicas y cigarrillos. El éxito de estas actividades de comercialización es principalmente resultado de las actividades de comercialización de la empresas que no dependen fuertemente de la colaboración con las industrias a la baja (Brendel, Oberender 1984, p. 392).

Está claro que la mayor parte de dichas técnicas de comercialización no se han utilizado en una economía planificada centralizada. Es necesaria una implicación directa de la empresa en el país anfitrión, porque dichas ventajas se basan en las cualificaciones humanas y no en los bienes de capital.

En lo que respecta a la industria del aceite y del azúcar, el principal instrumento de comercialización es el precio porque el producto final es comparablemente homogéneo. Los costes de las materias primas y los costes del refinado determinan la competitividad de la industria en el marco de la comparación internacional. Dichas industrias tienen la posibilidad de compensar la calidad insuficiente de la materia prima mediante un precio inferior sin afectar la calidad del producto final, de tal manera que el precio es un instrumento suficiente para coordinarse con las industrias al alza (Schmidt 1990, p. 39; Ahlfed 1972, p. 41-43).

El fácil acceso a los factores de producción y a los mercados, y el funcionamiento de la cadena de comercialización son otras dos características que explican por qué algunas industrias podrían privatizarse bastante fácilmente, mientras otras tienen dificultades para atraer la IED. Estas dos características muestran que la existencia de

---

mercados importantes para la producción y los factores de producción, y la coordinación con dichos mercados es vital para algunas industrias alimentarias. La privatización es más fácil en esas industrias alimentarias, donde el precio de mercado es un instrumento suficiente para coordinar las decisiones sobre la producción de los productores y transformadores.

#### IV. RESUMEN

En muchos países de las antiguas economías planificadas centralizadas en la Europa del Este, el proceso de privatización está en curso. No obstante, la falta de capital lleva a graves problemas cuando el Estado como propietario de dichas industrias intenta encontrar inversores privados. En el caso de Hungría, se observó que casi todas las industrias alimentarias que se privatizaron pasaron a manos de empresas occidentales.

En el presente trabajo, los autores tratan de identificar las características específicas de la industria que tienen influencia en el proceso de privatización. La teoría ecléctica de Dunning sobre la producción internacional se aplicó para identificar las variables P y L que tienen una influencia principal en el proceso de privatización de las industrias alimentarias húngaras. Las características específicas de la industria se utilizan para identificar la diferencia entre aquellas industrias que fueron casi totalmente privatizadas y aquellas que apenas pueden encontrar inversores.

Se identificaron diferencias importantes en dos variables locacionales y en dos variables de propiedad. A partir de los resultados, se puede llegar a la conclusión de que las industrias al alza y a la baja tienen un impacto más importante en el progreso del proceso de privatización. Otra característica que puede identificarse es la naturaleza de la competencia en el mercado. Los mercados con baja competencia, debido a alta concentración y a fuertes barreras a la entrada, se privatizaron rápidamente.

Las multinacionales desempeñan un papel importante en el proceso. En aquellas ramas en las que no es común la participación de las multinacionales, es más difícil encontrar el capital necesario y la

---

experiencia precisa para gestionar una empresa en un clima como el de la transición.

## BIBLIOGRAFIA

- AGRAR EUROPE. 29/1992. 13.07.1992.
- AHLFELD, H. (1972). Struktur des Zuckermarktes und Absatzpolitik der Zuckerindustrie der BRD. *Gießener Schriften zur Agrar- und Ernährungswirtschaft*. (4). Frankfurt: DLG Verlag.
- ALTMANN, T. (1992). Wie Ungarns Bauern mit der Wende fertig werden. *top agrar* (8): 14-17.
- BELASSA, B. (1989). The New Growth Path in Hungary. *The Hungarian Economy in the 1980's*. J.C. Brada and I. Dobzoi, (eds.) 42-69.
- BFAI (Bundesstelle für Aussenhandelsinformationen) (1992). Publication n.º 030100 and 030200, Cologne.
- BORSOS, J. (1990). Variations in the Privatization of the Tobacco Industry. *Gazdálkodás*. (vol) 34, 12; 16-20.
- BRENDEL, H. (1984). Zigarettenindustrie. *Marktstruktur und Wettbewerb*. Oberender, P. (eds.). München: Vahlen Verlag. 313-370.
- BRENDEL, H. y OBERENDER, P. (1984). Spirituosenindustrie. *Marktstruktur und Wettbewerb*. Oberender, P. (eds.). München: Vahlen Verlag. 371-420.
- CONNOR, J. M. (1983). Determinants of Foreign Direct Investment by Food and Tobacco Manufacturers. *American Journal of Agricultural Economics*. 65(2).
- CONNOR, J. M. (1988). *Food Processing: An International Powerhouse in Transition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- CONNOR, J. M. (1989). Research Puzzles Arising from the Internationalization of the US Food Processors. Paper presented at the *Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association*. 30. 7-02.08. 1989. Baton Rouge.
- CONNORS, J. M.; ROGERS, R. T.; MARION, B. W. y MUELLER, W. F. (1985). *The Food Manufacturing Industries*. Lexington, MA: Lexington Books.
- D'SOUZA, G. E. (1988). Structure of the US Soybean Processing Industry in the 1990s. *Agribusiness* (4) 1: 11-23.
- DEUTSCHER BUNDESTAG (1992). Jahresgutachten 1992/93 des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Lage. Bonn.
- DUNNING, J. H. (1988). *Explaining International Production*. London: Unwin Hyman.
- FOLWELL, R. J. y CASTALDI, M. (1987). Economies of Size in Wineries and Impacts of Pricing and Product Mix Decisions. *Agribusiness* 3(3): 281-292.
- GALDASAG STISZTIKAI EVKONYV (1990). (Economic Statistical Yearbook).
- GREER, D. F. (1980). *Industrial Organization and Public Policy*. New York: Macmillan Publishing Company.
- HEITGER, B.; KRIEGER-BOGEN, C.; SCHRADER, K. y WASS VON CZEGE (1991). *Die RGW-Länder als Unternehmensstandort-Länderstudie Ungar*. HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung. Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel. Hamburg und Kiel 1991.
-

- HORST, T. (1974). *At Home abroad: A Study of the Domestic and Foreign Operations of the American Food Processing Industry*. Cambridge, MA: Ballinger Publishing Co.
- HUNGARIAN CHAMBER OF COMMERCE (1992). *Investors Guide to Hungary*. Budapest.
- KISS, J. (1992). *T'rsulás után*. *Külgazdaság* n.º 9.
- KOHL, R. L. y UHL, J. N. (1990). *Marketing of Agricultural Products*. New York: MacMillan Publishing Company.
- KOPATSY, S.; SZABO, I. y VISSI, F. (1992). «No no-money schemes here». *Hungarian Economic Review* (9): 5-11.
- LAER VAN, H. J. (1991). *Strategy for the Hungarian Meat Industry*. Velp: Coveconsult.
- LAKNER, Z. (1992). The Competition and the Hindrance Factors of Competition in the Hungarian Food Industry. *Working Paper: University of Horticulture and Economics of the Food Industry*. Budapest.
- LANG, I.; CSETE, L. y HARNOS, Z. (1988). The enterprisal system of an adjusting agriculture in Hungary. *European Review of Agricultural Economics* (15) 255-238.
- LEBENSMITTELZEITUNG, n.º 46. 13-11.92. p. 49-52.
- KÖZLÖNY, M. (1992). n.º 129. Budapest.
- MARION, B. W. (1985). *The Organization and Performance of the US. Food System*. Lexington, MA: Lexington Books.
- MOELLER, K. (1993). Unpublished Data of an Industry Survey on Eastern European Involvement in the Food Sector, conducted from October 1992 to January 1993. Kiel University.
- N. N. (1980). *Der Getränkemarkt Wein: Informationen für die Werbeplanung*. Berlin: Springer Verlag. Berlin.
- NUYTENS, G. (1992). *A general survey of the Hungarian dairy industry in 1992*. Working Paper, University of Agriculture, Dept. of General Agricultural Economics, Wageningen, Netherlands.
- PRODUKTSCHAP VEE EN VLESS (1992). Marktinformatie Hongarije Vee- en Vleessector. Rapportnr. 9.207b. Rijswijk.
- RASKÓ, G. (1992). Personal Interview. *Hungarian Ministry of Agriculture*. Budapest.
- RENDER, H. (1989). Ein Strukturkonzept zur Verbesserung der Wettbewerbsstellung der norddeutschen Zuckerwirtschaft. *Europäische Hchschulschriften*, (1.013) Frankfurt: Land Verlag.
- RESEARCH AND INFORMATION INSTITUTE FOR AGRICULTURAL ECONOMICS (1992). *Agriculture and Food Industry 1991*, Budapest.
- SCHERER, F. M. y ROSS, D. (1990). *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- SCHLITZ, S.; MEINICKE, B. y LÖSCH, M. (1992). *Tierproduktion in Osteuropa - ein Zukunftsmarkt?* Frankfurt: DLG Verlag.
- SCHMIDT, Ch. (1990). Struktur und Wettbewerbsstellung der Ölmühlenindustrie in der Bundesrepublik Deutschland. *Diploma thesis. Göttingen University*. Göttingen.
- STEHN, J. (1992). *Ausländische Direktinvestitionen in Industrieländern*. Kieler Studien. Institut für Weltwirtschaft: Kiel 1992.
-

TARNOY, A. (1993). Personal Interview. *Office of Privatization, Hungarian Ministry of Agriculture*. Budapest.

VLAENE, J. (1991). Marktstrategien für Schweinefleisch in Osteuropa. *Paper presented to the Huhn & Schwein Conference*. Hanover.

WARD, C. E. (1990). Meatpacking Plant Capacity and Utilization: Implications for Competition and Pricing. *Agribusiness*. (6) 65-73.

## RESUMEN

Uno de los objetivos principales de Hungría en el proceso de privatización ha sido la venta de las empresas de propiedad estatal a los extranjeros. En lo relativo a las industrias alimentarias, las ventas han variado en gran manera entre distintos subsectores que este trabajo intenta explicar analizando las características específicas industriales y su relación con los factores determinantes de las inversiones extranjeras directas basándose en la teoría de Dunning sobre la producción internacional. Los resultados demuestran que la inversión extranjera directa se realiza más frecuentemente en industrias que tiene gran importancia para las empresas multinacionales, donde los mercados húngaros están muy monopolizados, en las industrias en las que un acceso fácil a los mercados relevantes es grande, y donde el valor añadido de la cadena de producción en Hungría es o puede ser fácilmente coordinado por la sociedad extranjera.

## RESUME

Un de buts principaux de l'Hongrie concernant le procès de la privatisation a été de vendre les entreprises publiques à l'étranger. En ce qui concerne les industries d'alimentation hongroises, l'activité d'acquisition varie énormément entre les industries. Cette recherche cherche à expliquer les différences entre les divers investissements étrangers directes dans les industries d'alimentation hongroises en analysant les caractéristiques spécifiques et leur relation à des éléments de décision des investissements étrangers directs.

Le cadre fondamental de l'analyse est basé sur la théorie de Dunning sur la production internationale. Les résultats démontrent que les investissements étrangers directs sont placés plus fréquemment dans les industries qui ont une grande importance pour les entreprises multinacionales, dans les industries où l'importance d'un la valeur ajoutée de la chaîne de production hongroise est bien coordonnée ou peut être facilement coordonnée par la société étrangère.

## SUMMARY

One of Hungary's main goals in privatization has been selling state owned enterprises to foreigners. For the food industries, sales varied largely across indus-

---

tries. This study attempts to explain this variation by analyzing industry-specific characteristics and their relation to determinants of foreign direct investment based upon Dunning's theory of international production. Results show that foreign direct investment occurs more in industries with a high importance of multinational enterprises, where the Hungarian markets are highly monopolized, the importance of favored access to relevant markets is high, and where the value added chain in Hungary is or can be coordinated easily by the foreign entrant.

---