



Segundo Seminario de Microeconomía Heterodoxa



ASPECTOS TEORÍCOS DEL ANÁLISIS MICRO DE LA EMPRESA TRANSNACIONAL

Dr. Gustavo Vargas Sánchez



El plan de la presentación :



- ◆ 1.Objetivos y preguntas relevantes
- ◆ 2.Definición de empresa transnacional
- ◆ 3.Marco teórico para el análisis microeconómico de la ET
- ◆ 4.Conclusiones y algunos campos de investigación por desarrollar



Objetivo



Ofrecer un conjunto de elementos teóricos fundamentales de la microeconomía heterodoxa para el análisis de los monopolios y la empresa transnacional.



Preguntas relevantes



1. Cuáles son los fundamentos teóricos para el análisis de la ET
2. En términos de la misma empresa también surgen dos preguntas ¿por qué la empresa nacional se transforma en ET? ¿Qué es lo que distingue a la empresa transnacional de la empresa nacional?

Importancia de la E. T.

La ET es la forma más compleja de la empresa, así como la megacorporación se convirtió en el centro de proceso de acumulación de ~~una economía nacional~~, la ET se ha convertido en el centro en el que gira el proceso económico mundial,

R. Cohen, N. Felson, M. Nkosi y J. Kiere, tratando de recuperar el espíritu de Stephen Hymer afirman que la empresa multinacional:

“se ha convertido en la forma organizativa dominante del capitalismo moderno. En la actualidad, dichas compañías ejercen un enorme poder e influencia en la vida económica, social, política y cultural de un gran número de naciones y seres humanos”

Definición de la ET

Una ET como aquella empresa o compañía, en general, una megacorporación o empresa gigante que opera en más de un país.

Podemos decir que una ET es una gran empresa, o corporación con un comportamiento oligopólico que opera en más de un país.

Fundamentos teóricos para el Análisis Micro de la ET

Primero:

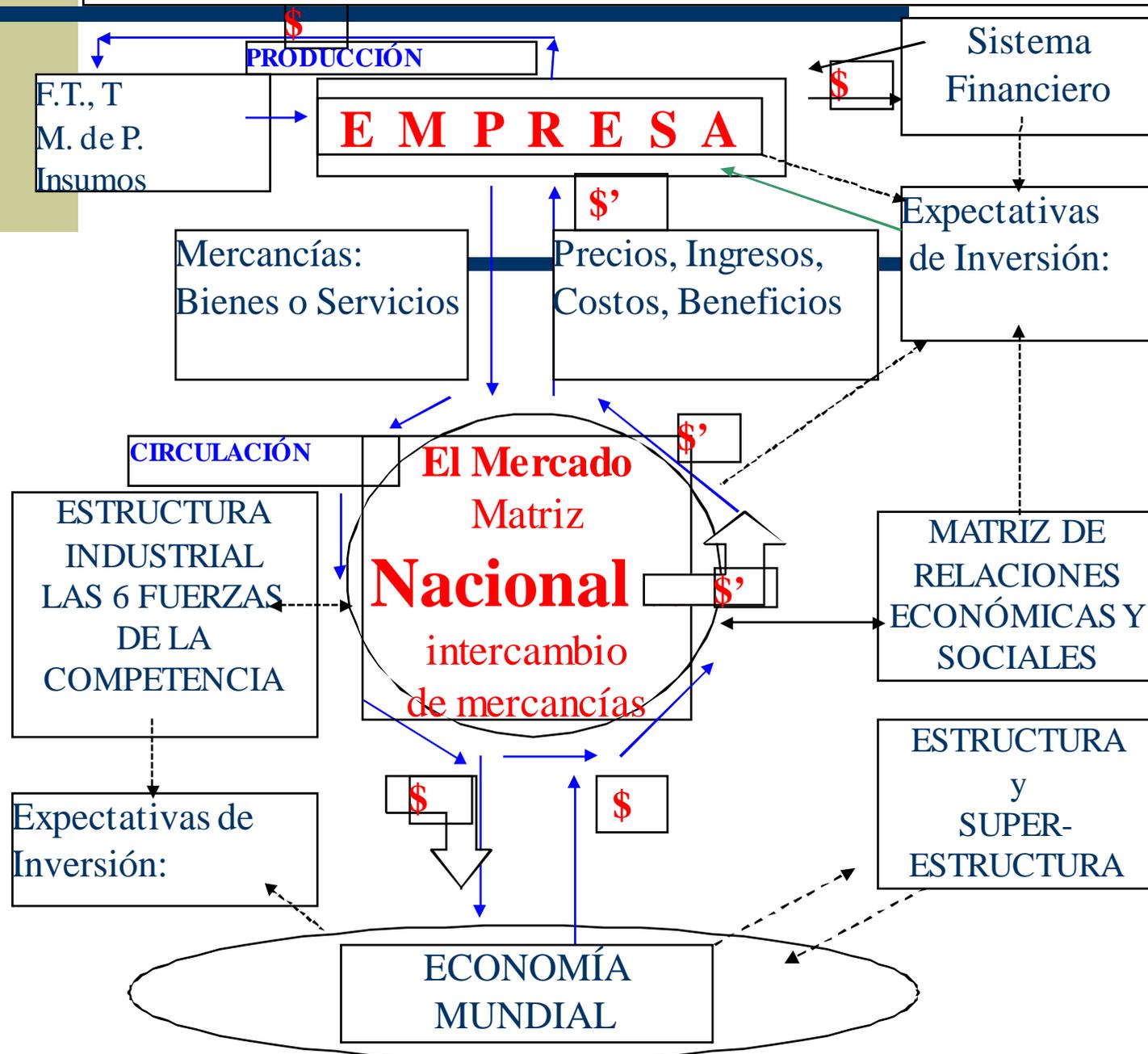
Pregunta básica de la micro:

Cómo se determina **el valor**

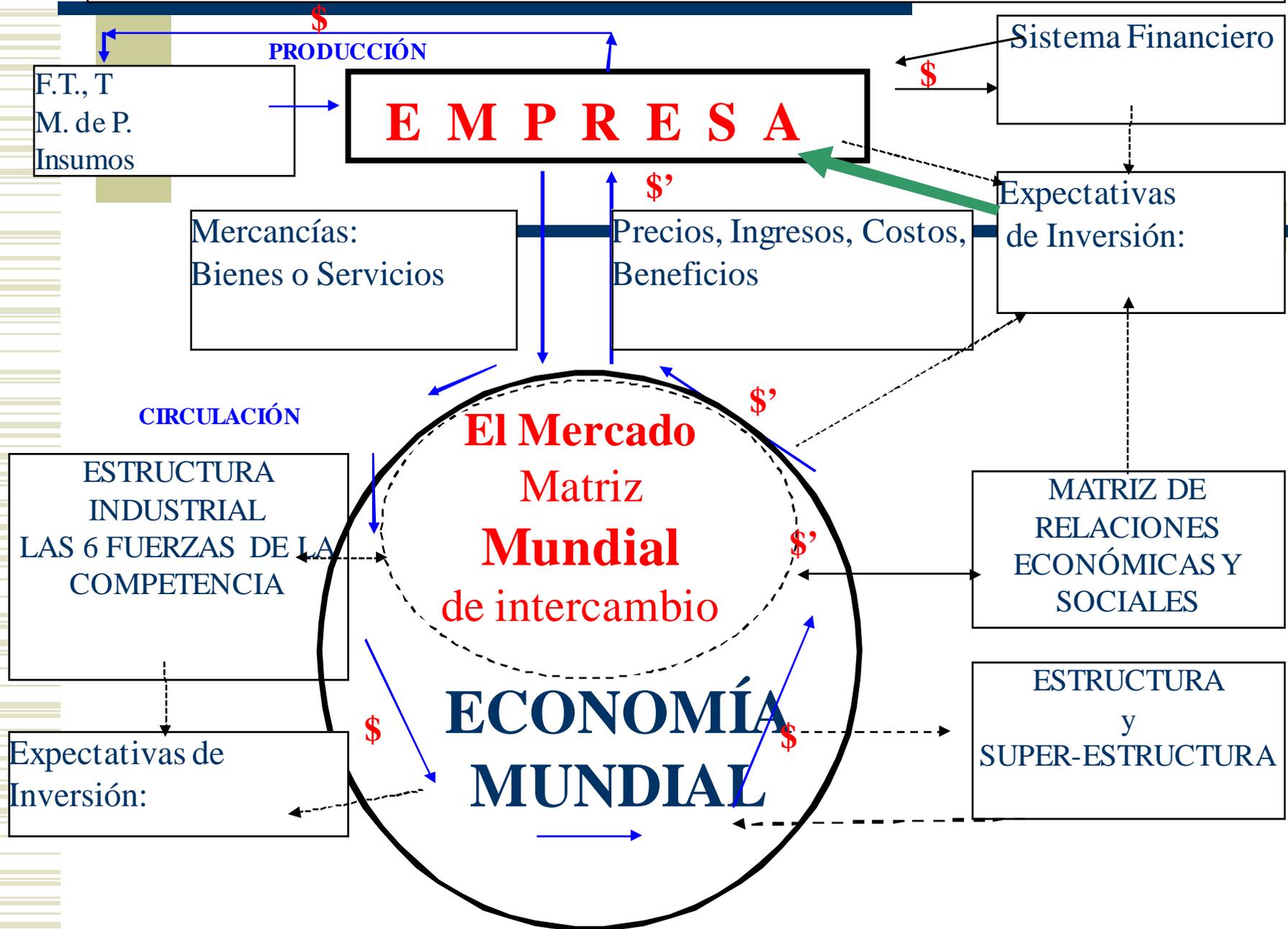
En otras palabras como se

- ♦ Cómo se determina **el precio**, ahora en el caso de las empresas multinacionales.

PROCESO DE FORMACIÓN VALOR Y PRECIOS

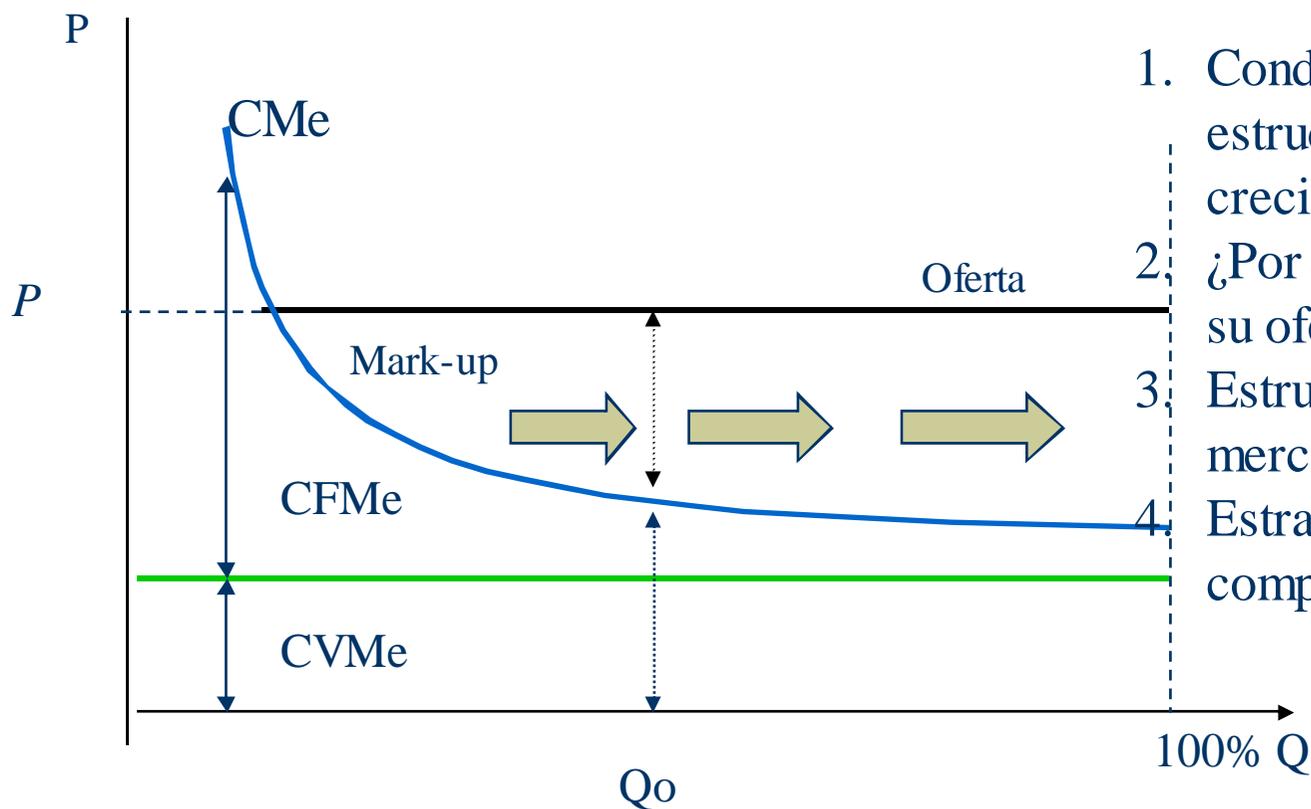


PROCESO DE FORMACIÓN DEL VALOR Y PRECIOS



Segundo: Estructura de la empresa

Los rendimientos y la curva de la oferta

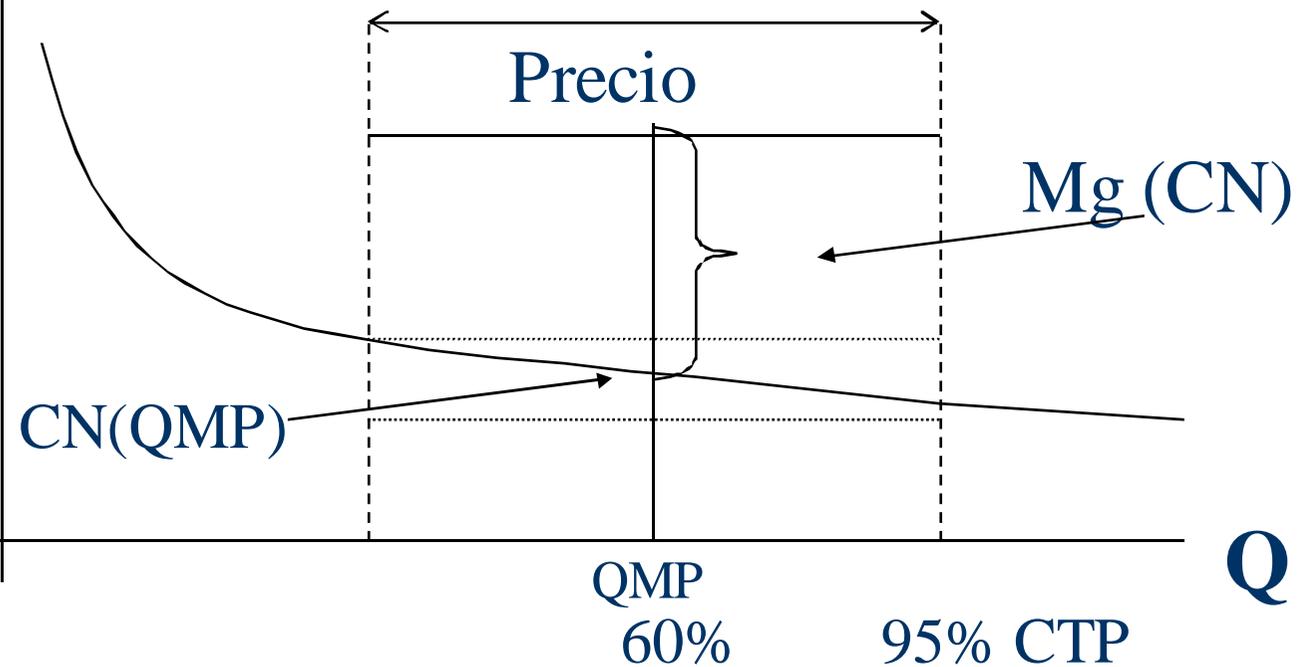


1. Condiciones estructurales para el crecimiento.
2. ¿Por qué no aumenta su oferta?
3. Estructura de mercado
4. Estrategias para la competitividad

Tercero: El Poder de Fijación de Precios

Precio

Costos





Cuarto: La empresa es un agente dinámico que modifica su entorno:

Estrategias para la competencia y el crecimiento de la empresa:

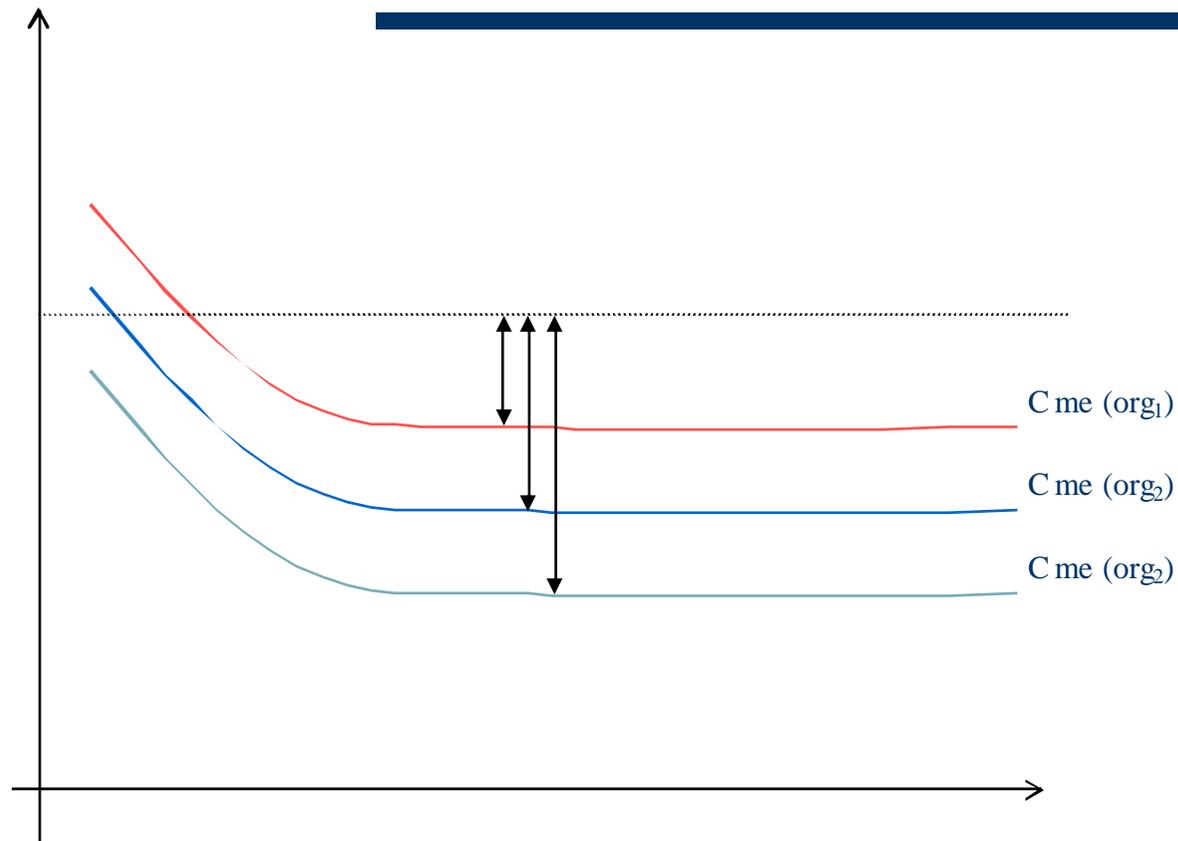
Cambio tecnológico

Cambio organizacional

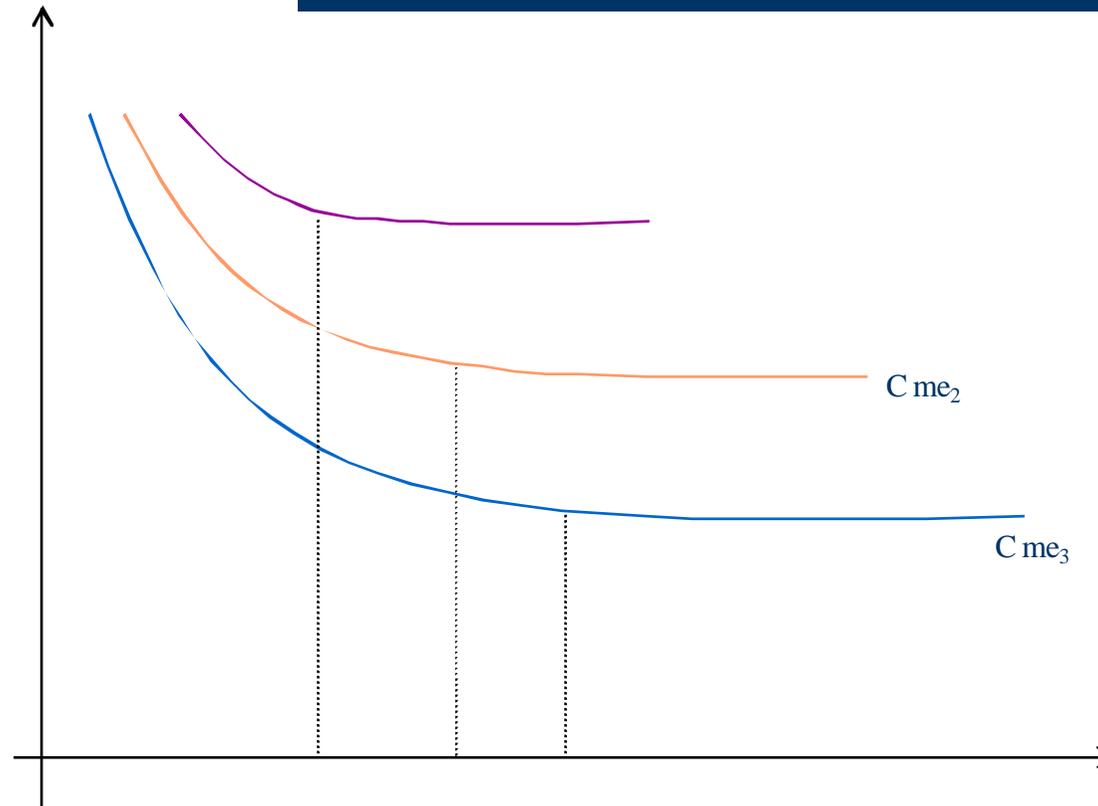
Desarrollo del conocimiento

Políticas para aumentar o cambiar la demanda

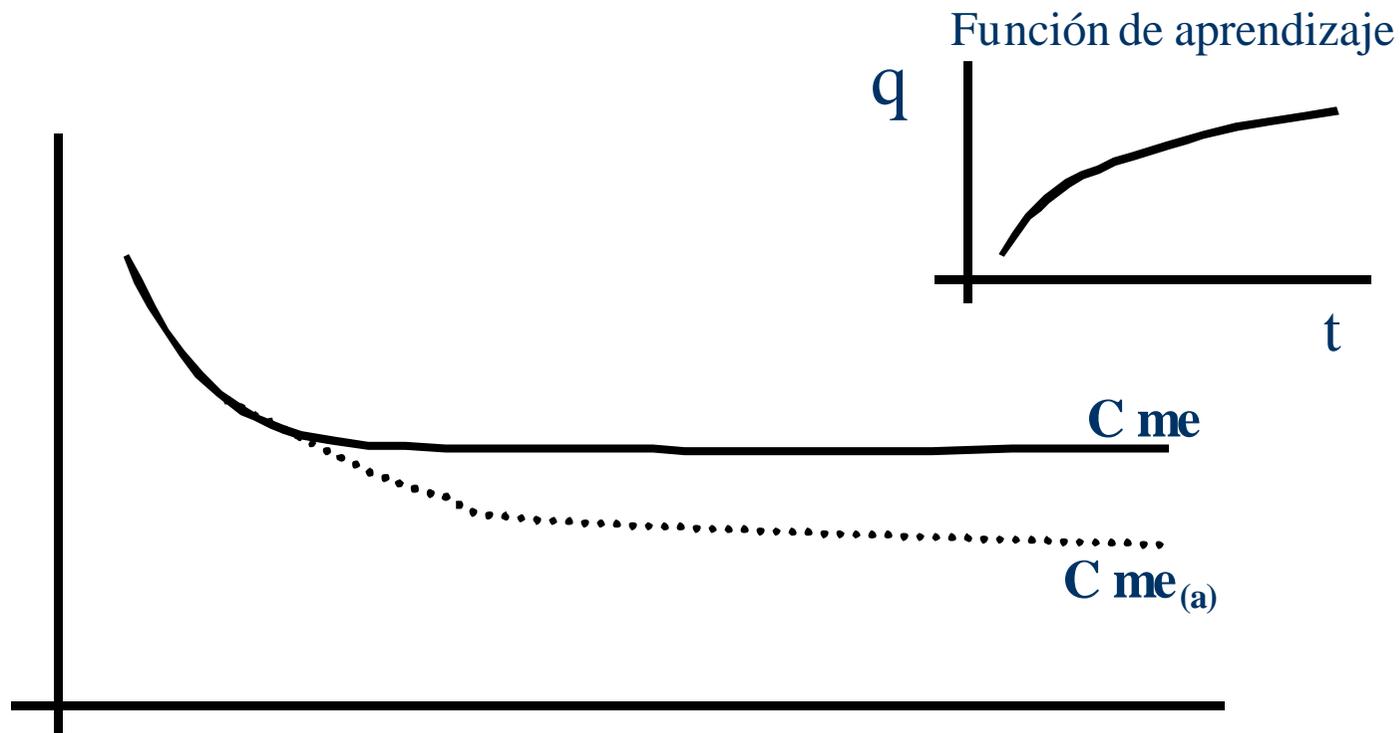
Misma tecnología; diferencias en la organización



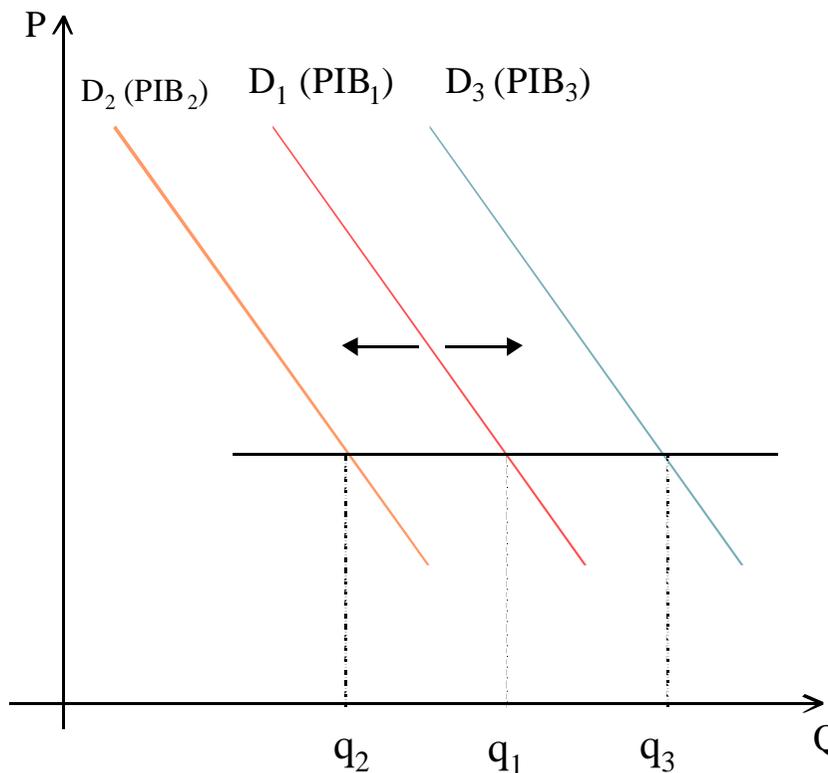
Diferencias de tecnología y diferencias de costos



QUINTO: Rendimientos crecientes
gracias al Aprendizaje, cuyos efectos llevan a costos
medios decrecientes



Sexto: La Demanda determina el empleo y la ocupación a nivel micro



Posición y desplazamiento de la curva esta determinada por el ingreso

Posición y desplazamientos de la curva de demanda

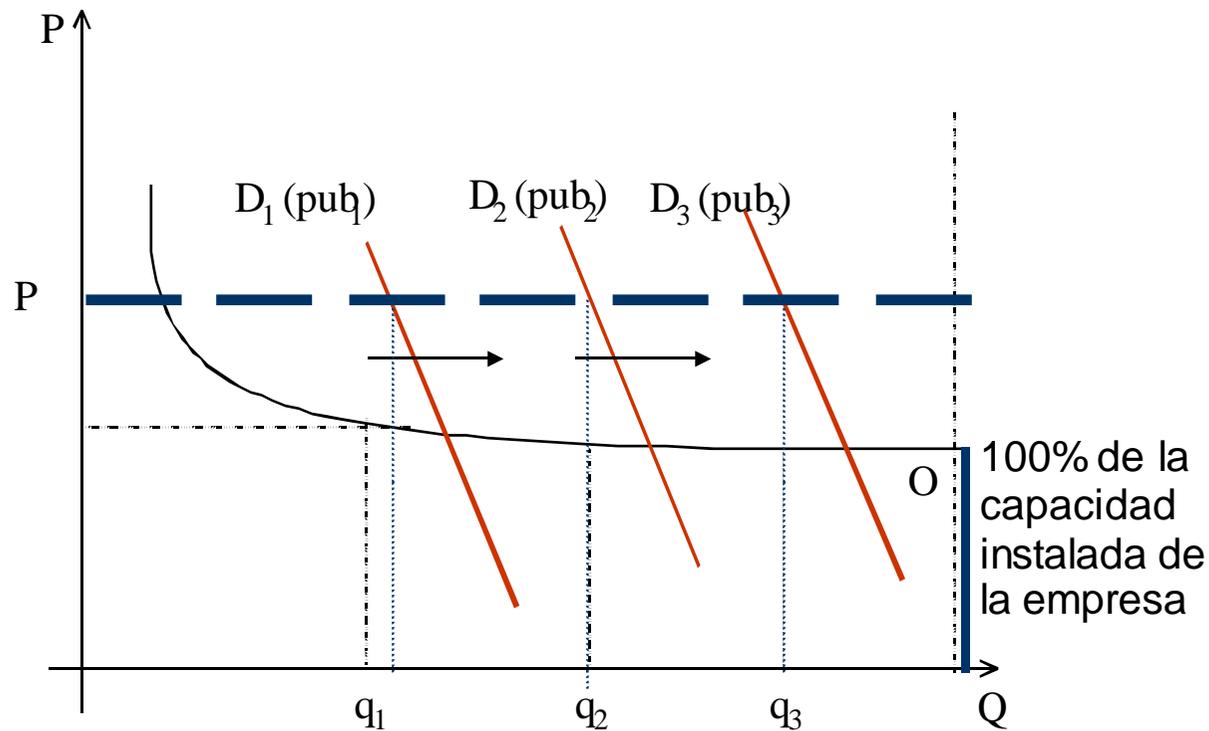
De mercado

- Ingreso de los consumidores
- Gustos y preferencias
- Cultura (hábitos y costumbres)
- La Moda
- Geografía y Clima

De la Empresa

- Mercadotecnia y Publicidad

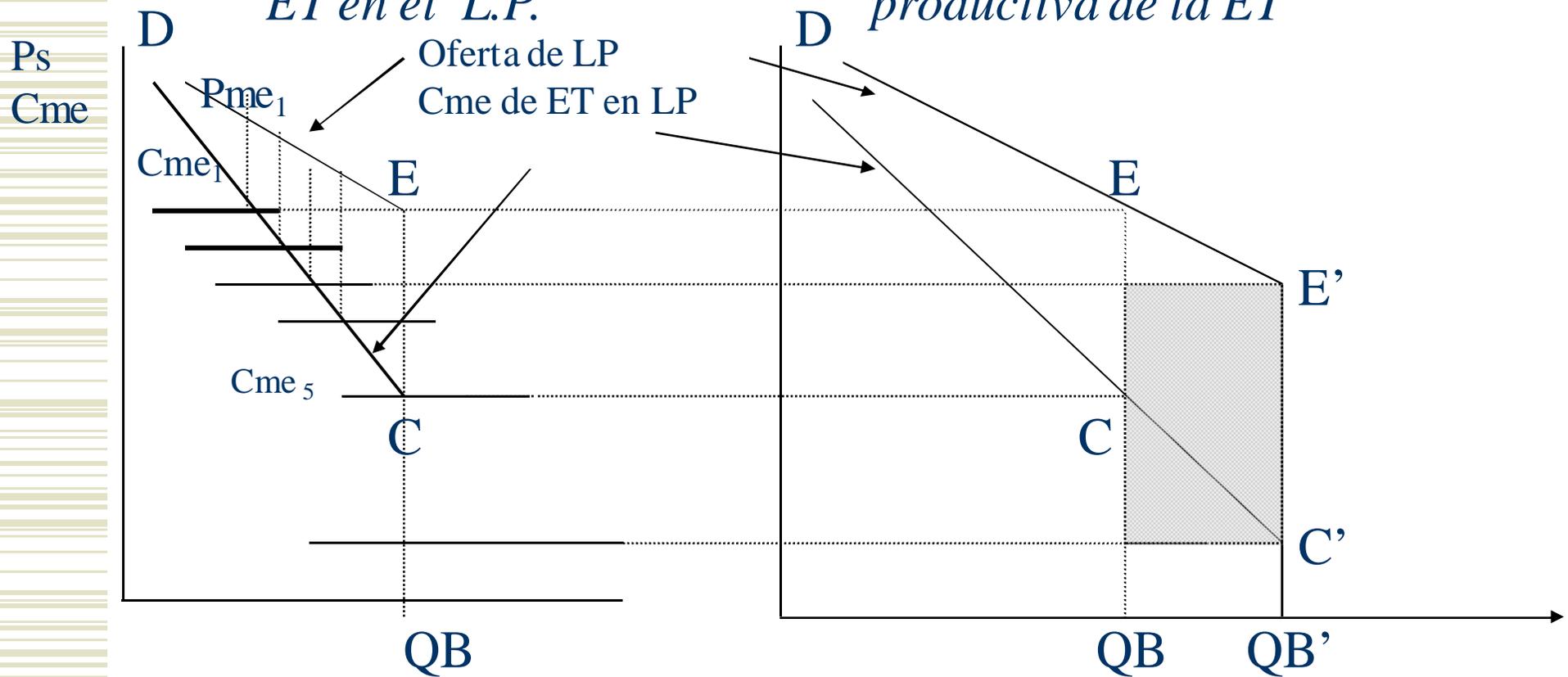
Resultado de una estrategia exitosa de crecimiento



Septimo: La competencia y la estructura de la empresa determinan una curva de oferta de la ET en el LP con pendiente negativa.

La curva de la oferta y de costos medios de la ET en el L.P.

Efectos de la ampliación de la capacidad productiva de la ET





Carácter multidimensional de la empresa



Organización

Producción

Creadora de conocimiento

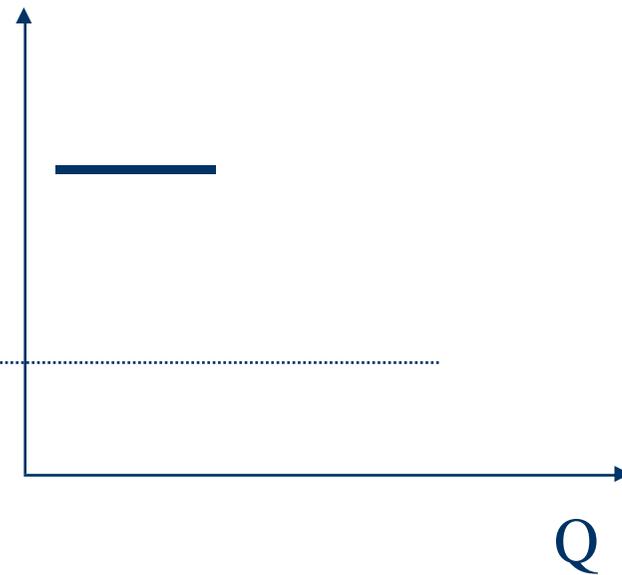
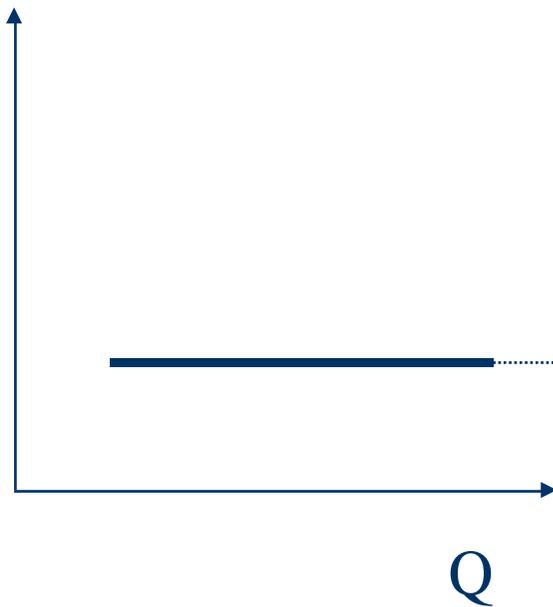
Institución

Espacio de conflicto

Análisis comparativo entre una ET y una empresa local

Costos medios de una Empresa Transnacional

Costos medios de una empresa local





Sitios

- ◆ <http://www.economia.unam.mx/profesor/webprof.htm>
- ◆ e-mail: vargassanchez01@live.com.mx