CLASES PREPARADAS



*Profesora: Myriam Galván O.*

*Asignatura: Economía*

*Tema: Mercado -Clasificación de los tipos de mercado-*

*No. de clase(s): 13-14-15*

*Fecha: 5 a 9 de marzo de 2018 (quinta semana)*

*Grupo: 43-A*

I. OBJETIVO… identificar el concepto de mercado, sus componentes, clasificación y tipos.

II. CONTENIDOS…. analizar los conceptos de mercado tipos y clasificación.

En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Para definir el mercado en el sentido más específico, hay que relacionarle con otras variables, como el producto o una zona determinada.

En el mercado existen diversos agentes que se influyen entre sí, dando lugar a un proceso dinámico de relaciones entre ellos. Al mismo tiempo, el mercado está rodeado de varios factores ambientales que ejercen en mayor o menor grado una determinada influencia sobre las relaciones y estructuras del mismo.

Tipos de mercado. Los mercados pueden clasificarse principalmente con base en las características de los compradores y con base en la naturaleza de los productos.

De acuerdo a las características de los compradores se tienen los dos tipos de mercados siguientes:

Los Mercados de Consumo. Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo. Estos mercados pueden dividirse en tres tipos principales:

1. Mercados de productos de consumo inmediato. Son aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición. Es el caso del pescado, de la carne, las bebidas, etc.
2. Mercados de productos de consumo duradero. Son aquellos en los que los productos adquiridos por lo compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes períodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados, por ejemplo: los televisores, los muebles, los trajes, etc.
3. Mercados de servicios. Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura, ejemplo: los servicios, la lavandería, enseñanza, sanidad, etc.

Los Mercados industriales o institucionales. Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa. En otros términos, los mercados industriales son aquellos que comprenden los productos y servicios que son comprados para servir a los objetivos de la organización. Teniendo en cuenta los objetivos genéricos de las organizaciones, se pueden distinguir tres tipos de compradores:

1. Compradores industriales. Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos intangibles que son objeto de comercialización posterior. Ejemplo: Empresas de automóviles, etc.
2. Compradores institucionales. Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos generalmente intangibles, la mayoría de los cuales no son objeto de comercialización. Es el caso, de universidades, fuerzas armadas, etc.
3. Compradores intermediarios industriales. Están formados por los compradores de bienes y servicios para revenderlos posteriormente o para facilitar la venta de otros productos. Ejemplo: mayoristas, minoristas, empresas de servicios, etc.

Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa. En otros términos, los mercados industriales son aquellos que comprenden los productos y servicios que son comprados para servir a los objetivos de la organización.

De acuerdo con la naturaleza de los productos, los mercados pueden clasificarse en:

1. Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.
2. Mercados de materias primas.
3. Mercados de productos técnicos o industriales.
4. Mercados de productos manufacturados.
5. Mercados de servicios.

Otros tipos de mercado.

1. Mercado abierto. Denominación utilizada para designar las operaciones de compra venta de fondos públicos realizadas por el banco central de un país. Estas operaciones constituyen uno de los más importantes instrumentos de políticas económicas con el que cuentan los gobiernos para regular el volumen de dinero en circulación.
2. Mercado de Cambios. Denominación utilizada para designar las compras y ventas de divisas. Existen dos tipos principales.
3. Mercado de cambios al contado. Es aquel en el que las operaciones de compraventa de divisas se realizan para su entrega y pago en el momento o a los pocos días de ser contratadas.
4. Mercado de cambios de futuros. Es aquel en el que las operaciones de compraventa de divisas se realizan para su entregue y pago en una fecha futura previamente fijada.
5. Mercado de capitales. Denominación que se utiliza para designar las diferencias operaciones financieras que se efectúan a medio y largo plazo y el conjunto de instituciones que facilitan la realización de tales operaciones. Comprende dos tipos principales:
6. Mercado de crédito. Es aquel mercado en el que las operaciones financieras se realizan a través de préstamos de los bancos y de las instituciones de inversión.
7. Mercado de valores. Es aquel en el que las operaciones de financiación se efectúan mediante las transacciones de diferentes títulos valores en la Bolsa de comercio.
8. Mercado de Cupones. Denominación utilizada para designar las operaciones de contratación de derechos de suscripción en las Bolsas de Comercio.
9. Mercado de Dinero. Es aquel mercado en el que se realizan operaciones financieras a corto plazo generalmente inferiores en un año.
10. Mercado de Divisas. Denominación que se emplea para designar el conjunto de transacciones que se realizan con monedas extranjeras entre los diferentes bancos delegados, para atender las peticiones de sus correspondientes clientes.
11. Mercado de Ocasión. Expresión utilizada para designar aquellos lugares o establecimientos en los que se realizan transacciones de productos, en condiciones más ventajosas para los compradores que en los establecimientos habituales. La razón de ser de esta ventaja puede radicar en diferentes causas, como son, la venta de productos de segunda mano, fuera de moda, restos de existencias, con pequeños defectos.
12. Mercado de Valores. Denominación que designa el conjunto de personas, entidades públicas o privadas, relacionadas con la emisión, contratación y control de valores negociables.
13. Mercado Exterior. Denominación utilizada para designar las diferentes transacciones que las empresas realizan fuera de su propio país.
14. Mercado interior. Denominación utilizada para designar las diferentes transacciones y las organizaciones que las realizan dentro del país en el que está situada una determinada empresa.
15. Mercado Negro. Denominación utilizada para designar las diferentes operaciones de compraventa que se realizan al margen de la ley de un país. Este mercado suele originarse como consecuencia de la escasez de un bien en relación con la demanda existente del mismo.
16. Mercado Potencial. Es la cantidad máxima que de un producto o servicio puede venderse durante un periodo dado de tiempo en un mercado y en unas condiciones determinadas. También suele denominarse a este concepto potencial del mercado. El potencial del mercado depende en la mayoría de los casos de la situación económica del país, así como el conjunto de acciones comerciales que las empresas productoras y vendedoras de un determinado bien puedan realizar.
17. Mercados Centrales Mayoristas. Son centros físicos de contratación al por mayor existentes en los grandes núcleos urbanos, en los que se reciben los productos agrarios, ganaderos y pesqueros desde los centros de contratación en origen. Existen dos tipos principales: los mercados centrales tradicionales o mercados de abastos y los mercados de alguna empresa.
18. Mercados de Futuros. Denominación empleada para designar aquellos mercados en los que se realizan la contratación de productos para la entrega futura o diferida de los mismos, a un precio determinado y acordado previamente entre el comprador y el vendedor.
19. Mercados de Tránsito. Denominación empleada para designar aquellos mercados situados en los puertos y pasos de frontera, en los que se realizan transacciones de diversos productos con destinos muy variados.
20. Mercados en origen. Denominación empleada para referirse a los lugares próximos a los centros de producción agrarios, ganaderos y pesqueros, en los que se efectúa la primera venta de estos productos. Existen 2 tipos principales.
21. Las alhóndigas o corridas. Son unos almacenes generalmente de propiedad particular a los que se llevan los productos y a los cuales acuden los compradores. Las transacciones se realizan mediante subasta a la baja a viva voz.
22. Las lonjas. Son unos locales, generalmente de propiedad municipal, a los que acuden los compradores y vendedores para realizar sus transacciones.

III. EVALUACIÓN…

* Elaborar mapas jerárquicos con características destacadas por cada tipo de mercado, en el cuaderno de notas.
* Desarrollar el caso práctico sobre ilustrar tipos de mercado.

ESCUELA COMERCIAL CÁMARA DE COMERCIO

Chiapas 81

*Clasificación de los tipos de mercado*

*Caso Práctico*

MATERIA*: ECONOMÍA* TEMA: *Mercado de competencia perfecta y mercado de competencia imperfecta .*

Grupo:43-A PROFESORA: *Myriam Galván O.*

*1. OBJETIVO*… *identificar los conceptos de mercado sus componentes, clasificación y tipos.*

*2. INTRODUCCIÓN… analizar los conceptos de mercado tipos y clasificación.*

*3. DESARROLLO DEL PROBLEMA.*

*3.1. Mercado de competencia perfecta, principales condiciones.*

* *Existe un gran número de oferentes y demandantes.*
* *Se manejan productos homogéneos no hay marca preferentes.*
* *Hay libre movilidad de los factores.*
* *Limitada participación oficial en el mercado.*
* *Conocimiento del mercado generalizado, precio negociado.*

*3.2. Mercado de competencia imperfecta, principales condiciones.*

* *Número limitado de oferentes y demandantes, se impone el pecio.*
* *Existe una diferenciación de productos por marca.*
* *No hay libre movilidad de factores productivos.*
* *Hay participación y regulación estatal, regulando o controlando precios.*
* *No hay conocimiento del mercado.*

*4. SOLUCIONES DEL PROBLEMA. … desarrollar ejemplos*

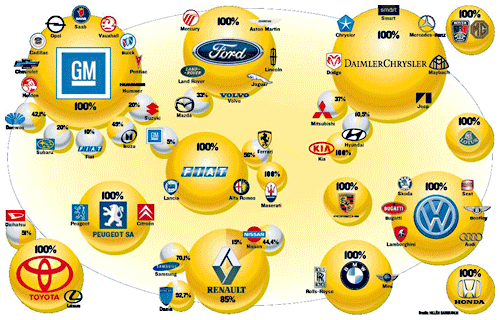
*5. EVALUACIÓN. 7 PUNTOS TOTAL*

Mercado de perecedero Monopolio



*Monopsomio Oligopolio*

 *Duopolio*  *Monopolio Estatal*



Oligopolio