

## INSERCIÓN LABORAL, Guía N°2 MÓDULO III: GENERANDO CAPACIDAD EMPRENDEDORA

### Unidad 1: Diagnosticando el Comportamiento Empresarial y su Relación con el Estado

#### Contenidos: 3. Tipos de Mercado.



### III. Tipos de Mercado

Mercado se puede definir como un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos a través de un acuerdo mutuo entre los participantes. Estos participantes pueden ser individuos, empresas, sociedades, el Estado, entre otros. Es a la vez la institución u organización social (o virtual) que propicia las condiciones necesarias para que los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores y compradores) de un determinado bien o servicio puedan realizar el intercambio o las transacciones. Los mercados según su base se pueden dividir en:

#### 1. Mercado en Base al Producto:

- a) Mercado de productos de consumo: representa el mercado donde se comercializan productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que son productos que son utilizados para cubrir una necesidad, pero luego que se resuelve la necesidad el producto desaparece.
- b) Mercado de productos de uso: en el mercado de productos de uso se intercambian productos que son usados para cubrir una necesidad, pero luego de cubrirla el bien no se extingue, sino que permanece.
- c) Mercado de productos industriales: incluye todos los productos que se usan como insumo o materia prima para poder producir otros bienes o servicios. Este puede ser el caso de un producto como el acero que puede ser utilizado para producir aviones o automóviles.
- d) Mercado de servicios: abarca la comercialización de productos denominados servicios, en los cuáles el consumidor no puede adquirir propiedad del bien porque sólo compra la prestación del servicio.

#### 2. Mercado en Base al Comprador:

- a) Mercado de distribuidores: se incluye en este mercado todas las empresas que compran productos no para consumirlos, sino para revenderlos a un precio mayor al que lo compraron y de esa forma obtener utilidades.
- b) Mercado de compradores industriales: está formado por todas las empresas que compran recursos productivos para llevar a cabo su proceso de producción.
- c) Mercado de compradores gubernamentales: engloba todas las instituciones de gobierno que compran bienes y servicios.
- d) Mercado de consumidores: representa todos los compradores que buscan adquirir los bienes y servicios que se venden en el mercado para ser usados para satisfacer una necesidad.

#### 3. Mercado en Base al Área Geográfica que Abarca:

- a) Mercado local: atiende un área reducida del mercado como puede ser una provincia o una ciudad.

- b) Mercado nacional: cubre todo un país, se extiende por todas las ciudades, provincias o municipios que integran un país.
- c) Mercado regional: el área que atiende no se limita a ciertos límites políticos; en este caso podemos hablar de un mercado que cubre la región norte o sur de un país. Pero también un grupo de países como la región centroamericana, es decir la región de mercado que se atiende puede ser reducida o amplia.
- d) Mercado internacional: está formado por un conjunto de compradores que pueden ser de distintos países, estos generalmente son mercados atendidos por empresas multinacionales o transnacionales.
- e) Mercado global: se refiere a un mercado que se extiende a todos los países del mundo, por lo tanto, los bienes y servicios se producen o sólo se comercializan en cualquier país del mundo. Se puede decir que el mercado global es el más amplio y el más extenso que existe.

### **Tipos de Competencia en el Mercado:**

1. Competencia Perfecta: Este tipo de mercado se caracteriza porque existe infinito número de competidores o vendedores y los productos son iguales por lo que ninguno tiene poder para fijar precios dentro del mercado.
2. Competencia Imperfecta: Se refiere a distintas situaciones que encontramos entre la competencia perfecta y otras a una ausencia total de competencia. En otras palabras, la competencia imperfecta es toda situación que se encuentra entre la competencia perfecta y el monopolio puro. En estos mercados la competencia se desvirtúa producto de las distorsiones del mercado.

**Distorsiones del Mercado:** Se producen cuando el estado de competencia perfecta se rompe y los oferentes o los demandantes pueden manipular los precios a su favor alterando al mercado y a su regulación. Las distorsiones pueden ser:

1. Monopolio Puro: Cuando estrictamente una sola empresa ofrece los bienes y servicios que se venden en un mercado, por lo cual, tiene el control total sobre las condiciones de precio y de calidad de dichos productos.
2. Oligopolio: Existen más de dos competidores, pero un número reducido, razón por la cual pueden actuar monopolíicamente.
3. Monopsonio: Denominado también como el monopolio del comprador es un tipo de mercado en el que existe un único comprador o demandante. El precio de los bienes o servicios es determinado por el demandante, ya que, al ser único, posee mayor poder de mercado y los numerosos oferentes deben adaptarse a sus exigencias (precios, cantidades, etc.).



### **ACTIVIDAD**

1. De 3 ejemplos de productos de consumo, de uso, industriales y de servicios.
2. Nombre una empresa del mercado de distribuidores y una del mercado de los compradores industriales.
3. De 3 ejemplos de empresas nacionales y 3 ejemplos de empresas globales.
4. Nombre 2 grupos de empresas que se puedan considerar que operan como oligopolio en el mercado nacional y explique a que rubro pertenecen.