 FUNDACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE LAS AMÉRICAS

PROGRAMA TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

Asignatura: Economía General MF - 04 Profesor: Manuel Fadduil Alzate

**EL MERCADO Y SU CLASIFICACION**

**Definición:**

Una de las categorías básicas en el estudio de la economía es el mercado, por lo que es necesario definirlo antes de analizar sus cEL MERCADO Y SU CLASIFICACION

Definición: Una de las categorías básicas en el estudio de la economía es el mercado, por lo que es necesario definirlo antes de analizar sus componentes. existen muchas definiciones de mercado, pero solo anotaremos las mas relevantes.

Mercado: Área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado.

Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.

Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.

Ámbito dentro del cual las relaciones de oferta y demanda concurren para la fijación de un precio.

Serie de transacciones que llevan a cabo los productores, intermediarios y consumidores para llegar a la fijación del precio de las mercancías.

En las definiciones anteriores observamos que los elementos que concurren a la formación del mercado son:

Bienes y servicios (mercancías)

Oferta de bienes y servicios

Demanda de bienes y servicios

Precio de los bienes y servicios

CLASIFICACION:

DE ACUERDO CON LA COMPETENCIA QUE SE ESTABLECE EN EL MERCADO, ESTE PUEDE SER DE DOS TIPOS:

Competencia perfecta

Competencia imperfecta

Debido a que ésta es la clasificación más importante de los mercados, analizaremos las características generales de ambos tipos de competencia.

LA COMPETENCIA PERFECTA. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS:

El mercado de competencia perfecta es aquel en que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía; se ofrecen productos similares (producto tipificado); existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos. Por ello el precio de equilibrio se da cuando la cantidad ofrecida es igual a la cantidad demandada. Las características o condiciones que debe cumplir para ser de competencia perfecta son:

La oferta y la demanda deben ser atómicas; es decir, constituidas por partes muy pequeñas. El número de oferentes y demandantes es tan grande, que ninguno de ellos en forma individual puede intervenir para modificar el precio.

Debe existir plena movilidad de mercancías y factores productivos (tierra, trabajo, capital y organización); es decir, la posibilidad de moverse libremente en el mercado. Las empresas se comportan realmente como rivales, como auténticas competidoras.

A las nuevas empresas que lo deseen y cuentes con recursos necesarios no se les debe impedir la entrada al mercado.

Las mercancías deben ser homogéneas (producto tipificado). No debe haber diferencias específicas entre ellas para que no exista la necesidad de la publicidad competitiva, sino solamente informativa.

Los poseedores de los factores productivos (demandantes y oferentes de mercancías y servidores) deben tener un perfecto conocimiento de todos los movimientos que ocurran en el mercado.

El mercado de competencia perfecta o pura realmente no existe; más bien se puede afirmar que, en la medida en que un mercado cumpla con las características señaladas será más perfecto o bien que, en la medida en que no cumpla con dichas características, se

LA COMPETENCIA IMPERFECTA. CARACTERÍSTICAS:

En la medida en que determinado mercado no cumpla con las características de la competencia perfecta, se alejará de ella o bien será un mercado con mayor o menor imperfección y con mayor o menor competencia. Por lo tanto algunas características de la competencia imperfecta son:

El número de oferentes no es tan grande como en la competencia perfecta; puede ser un reducido número o bien un solo vendedor. En este caso los oferentes sí pueden intervenir para modificar los precios.

EL MERCADO Y SU CLASIFICACION. Definición: Una de las categorías básicas en el estudio de la economía es el mercado, por lo que es necesario definirlo antes de analizar sus componentes. existen muchas definiciones de mercado, pero solo anotaremos las más relevantes.

Mercado: Área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado.

Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.

Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.

Ámbito dentro del cual las relaciones de oferta y demanda concurren para la fijación de un precio.

Serie de transacciones que llevan a cabo los productores, intermediarios y consumidores para llegar a la fijación del precio de las mercancías.

En las definiciones anteriores observamos que los elementos que concurren a la formación del mercado son:

Bienes y servicios (mercancías)

Oferta de bienes y servicios

Demanda de bienes y servicios

Precio de los bienes y servicios

CLASIFICACION:

Puede haber diferenciación de productos (los productos no son homogéneos). Debido a estas diferencias (reales o supuestas) de las mercancías puede existir la publicidad competitiva.

No hay plena libertad para que nuevos oferentes entren al mercado, ya que puede haber control de patentes, control tecnológico, etcétera.

No existe perfecto conocimiento de todos los movimientos que ocurren en el mercado sobre todo de los demandantes. Es posible que los oferentes conozcan mejor los movimientos del mercado aunque no en forma perfecta.

**LA COMPETENCIA PERFECTA**

**DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS:**

El mercado de competencia perfecta es aquel en que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía; se ofrecen productos similares (producto tipificado); existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos. Por ello el precio de equilibrio se da cuando la cantidad ofrecida es igual a la cantidad demandada.

Las características o condiciones que debe cumplir para ser de competencia perfecta son:

 La oferta y la demanda deben ser atómicas; es decir, constituidas por partes muy pequeñas. El número de oferentes y demandantes es tan grande, que ninguno de ellos en forma individual puede intervenir para modificar el precio.

 Debe existir plena movilidad de mercancías y factores productivos (tierra, trabajo, capital y organización); es decir, la posibilidad de moverse libremente en el mercado. Las empresas se comportan realmente como rivales, como auténticas competidoras.

 A las nuevas empresas que lo deseen y cuentes con recursos necesarios no se les debe impedir la entrada al mercado.

 Las mercancías deben ser homogéneas (producto tipificado). No debe haber diferencias específicas entre ellas para que no exista la necesidad de la publicidad competitiva, sino solamente informativa.

 Los poseedores de los factores productivos (demandantes y oferentes de mercancías y servidores) deben tener un perfecto conocimiento de todos los movimientos que ocurran en el mercado.

El mercado de competencia perfecta o pura realmente no existe; más bien se puede afirmar que, en la medida en que un mercado cumpla con las características señaladas será más perfecto o bien que, en la medida en que no cumpla con dichas características, será menos perfecto o se alejará de la perfección(mercado de competencia imperfecta).

**LA COMPETENCIA IMPERFECTA**

**CARACTERÍSTICAS:**

En la medida en que determinado mercado no cumpla con las características de la competencia perfecta, se alejará de ella o bien será un mercado con mayor o menor imperfección y con mayor o menor competencia. Por lo tanto algunas características de la competencia imperfecta son:

 El número de oferentes no es tan grande como en la competencia perfecta; puede ser un reducido número o bien un solo vendedor. En este caso los oferentes sí pueden intervenir para modificar los precios.

 No existe plena movilidad de mercancías y factores productivos. Es decir, existe o puede existir algún grado de control sobre las mercancías o los factores productivos.

 Puede haber diferenciación de productos (los productos no son homogéneos). Debido a estas diferencias (reales o supuestas) de las mercancías puede existir la publicidad competitiva.

 No hay plena libertad para que nuevos oferentes entren al mercado, ya que puede haber control de patentes, control tecnológico, etcétera.

 No existe perfecto conocimiento de todos los movimientos que ocurren en el mercado sobre todo de los demandantes. Es posible que los oferentes conozcan mejor los movimientos del mercado aunque no en forma perfecta.

ADOPTADO Y ADAPTADO POR MANUEL FADDUIL ALZATE

DOCENTE UAM

SOLO PARA USO ACADÉMICO.

TOMADO DE:

<http://html.rincondelvago.com/el-mercado.html>.

http://definicion.de/mercado/