

Leer el siguiente texto.

EL MERCADO Y CLASES DE MERCADO

Mercado:

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 relacionarlo con otras variables, como el producto o una zona determinada.

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

MERCADO EN BASE A CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPRADORES

De acuerdo con el primer criterio 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:

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.

Mercados de productos de consumo duradero.

Son aquellos en los que los productos adquiridos por los 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.

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:

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.

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.

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.

8° GRADO EMPRENDIMIENTO

TALLER 1 SEGUNDO PERIODO

MERCADOS TENIENDO COMO BASE LA CARACTERISTICA LA NATURALEZA DEL PRODUCTO

Teniendo en cuenta la naturaleza de los productos, los mercados pueden clasificarse en:

Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.

Mercados de materias primas.

Mercados de productos técnicos o industriales.

Mercados de productos manufacturados.

Mercados de servicios.

Mercado abierto.

OTROS TIPOS DE MERCADO

Mercado de Cambios.

Denominación utilizada para designar las compras y ventas de divisas. Existen dos tipos principales.

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.

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.

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:

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.

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.

Mercado de Cupones:

Denominación utilizada para designar las operaciones de contratación de derechos de suscripción en las Bolsas de Comercio.

Mercado de Dinero.

Es aquel mercado en el que se realizan operaciones financieras a corto plazo generalmente inferiores en un año.

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.

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.

Mercado de Valores.

Denominación que designa el conjunto de personas, entidades públicas o privadas, relacionadas con la emisión, contratación y control de valores negociables.

Mercado Exterior.

Denominación utilizada para designar las diferentes transacciones que las empresas realizan fuera de su propio país.

Mercado interior.

Denominación utilizada para designar las diferentes transacciones y las organizaciones que las realizan dentro del

8° GRADO EMPRENDIMIENTO

TALLER 1 SEGUNDO PERIODO

país en el que está situada una determinada empresa.

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.

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.

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.

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.

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.

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 tipos principales:

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.

Las lonjas.

Son unos locales, generalmente de propiedad municipal, a los que acuden los compradores y vendedores para realizar sus transacciones.

MERCADOS VIRTUALES

El comercio electrónico, también conocido como *e-commerce* (*electronic commerce* en inglés), consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el Intercambio electrónico de datos, sin embargo con el advenimiento de la Internet y la World Wide Web a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las tarjetas de crédito.

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente debido a la propagación de Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea (OLTP), el intercambio electrónico de datos (EDI), los sistemas de administración del inventario, y los sistemas automatizados de recolección de datos.

La mayor parte del comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o servicios entre personas y empresas, sin embargo un porcentaje considerable del comercio electrónico consiste en la

8° GRADO EMPRENDIMIENTO
TALLER 1 SEGUNDO PERIODO

adquisición de artículos virtuales (software y derivados en su mayoría), tales como el acceso a contenido "premium" de un sitio web.

El comercio electrónico realizado entre empresas es llamado en inglés *Business-to-business* o B2B. El B2B puede estar abierto a cualquiera que esté interesado (como el intercambio de mercancías o materias primas), o estar limitado a participantes específicos pre-calificados (mercado electrónico privado).

CUESTIONARIO

¿Qué se conoce como mercado?.

¿Cómo se clasifican los mercados según la base?

Explica en que consiste los mercados según la características de los compradores

¿Cómo se dividen los mercados de consumo?

¿Cuáles son los mercados institucionales? de ejemplos

¿cuales pueden ser los mercados teniendo como base la característica del producto?

¿Qué otros tipos de mercado pueden existir?

investiga algunos tipos de mercados virtuales y dibuja el logo.

Representa el texto anterior en un cuadro sinóptico