

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2

Área	EMPRESARIATO
Grado	11°
Docente	ABEL ALIDO RENTERIA MACHADO
Objetivo General	Comprender los factores y variables presentes en la dinámica de los mercados en los cuales se pretende impactar con la implementación del proyecto.
Estándar	Conozco en que consiste el mercado.
Competencia	PERSISTENCIA Y EXIGENCIA DE CALIDAD Y EFICIENCIA.
Aprendizaje	EL MERCADO.
Situación actual	Se ha mejorado en la situación en que los estudiantes un 85% han logrado los conocimientos expuestos en la clase.
Evidencias de Aprendizaje	Se evidencia que los estudiantes en su mayoría manejan los conocimientos expuestos
Derechos Básicos de Aprendizaje relacionados	Conoce en que consiste el mercado
Administración del tiempo	Quince (15) días
Momento 1: Momento de exploración	Conocimientos previos: 1) ¿Cómo se llama el lugar o sitio donde compramos?
Momento 2: Momento de estructuración	<p style="text-align: center;">EL MERCADO</p> <p>El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas.</p> <p>El mercado tiene su origen en la antigüedad, incluso antes de la aparición del dinero. En aquellos momentos las transacciones se hacían en base a intercambios. Luego, al aparecer el dinero, el mercado evolucionó hasta lo que</p>

conocemos hoy en día.

En un mercado perfecto, los precios de los bienes y servicios son fijados por la [oferta y la demanda](#).

Clasificación de los mercados

Los mercados pueden clasificarse según diferentes criterios y por lo tanto tenemos diferentes segmentos y nombres de mercados.

Según su volumen

Mercados mayoristas: Alto volumen de ventas.

Mercados minoristas: Bajo volumen de ventas.

Según el número de participantes que ofertan

Competencia perfecta: Hay muchos vendedores y muchos compradores, por lo tanto ninguno puede influir en el funcionamiento (especialmente en los precios) del mercado.

Oligopolio: Hay pocos ofertantes para un determinado producto o servicio y por lo tanto se ponen de acuerdo en fijar precios y condiciones de venta. De esta manera se elimina la competencia entre ellos.

Monopolios: Un solo ofertante de un producto o servicio muy demandado, por lo tanto puede fijar el precio y las condiciones.

Según la regulación

Mercados regulados: El estado ejerce [controles sobre los precios](#) y las condiciones.

Mercados desregulados: El estado no ejerce controles y por lo tanto es el mercado quien fija los precios en base a la [oferta y la demanda](#).

Según las transacciones sean sobre bienes o servicios

Mercado de bienes: Se compran y venden productos y mercancías.

Mercado de servicios: Contrataciones.

MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

Eficientes en el sentido de que no en todos ellos existe unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que este a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

1. Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
3. Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
4. Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.
5. Libre acceso a la información.
6. Libre acceso a recursos.
7. Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden

ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado.

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS EN COMPETENCIA PERFECTA.

En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, la oferta y la demanda de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la curva de demanda y determinar el equilibrio parcial para un mercado de un solo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (Costo marginal en términos más precisos).

Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

Aunque esta situación puede existir en el corto plazo (mientras no sea posible alterar el tamaño de la empresa), no se mantendrá en cuanto las organizaciones logren readaptar sus procesos productivos. Además, los beneficios que obtengan las empresas más eficientes, serán tenidos en cuenta por las compañías de otros mercados o sectores. De nuevo. en el corto plazo, éstas no podrán abandonar el sector en el que se encuentran, pero tan pronto como puedan liquidar sus instalaciones, lo harán.

Así, en un mercado de competencia perfecta hay una tendencia a que se minimicen los costes y se equiparen así los beneficios.

El término "se vacía el mercado", proviene de lo mismo: se cumple el objetivo de la competencia perfecta, el cual es maximizar los excesos de oferta por parte de los empresarios, y el exceso de demanda por los consumidores. Un "mercado

vacío" es aquel en el que se vendió y compró todo lo que se produjo.

LA COMPETENCIA PERFECTA Y LA EFICIENCIA ECONÓMICA

En los mercados de competencia perfecta, el beneficio a largo plazo es nulo, ya que mientras un mercado ofrezca la posibilidad de obtener beneficio neto de una inversión entrarán más y más productores hasta que el beneficio quede anulado. Naturalmente en la práctica la competencia perfecta es irrealizable y a corto y medio plazo el mercado no es perfectamente competitivo, y es en esa situación que las empresas pueden obtener beneficios. Cuando el mercado está cerca de ser perfectamente competitivo, las empresas que pretenden obtener beneficios generalmente deben aprovechar mejor la tecnología para reducir costes y aumentar el margen de beneficio entre el precio de venta y el coste unitario de producción.

DENOMINACIONES Y TIPOS DE MERCADO

POR ÁMBITO GEOGRÁFICO

Mercado internacional o mercado exterior: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.

- Mercado nacional o mercado interior: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- Mercado regional: Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- Mercado metropolitano: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- Mercado local: Es el que se desarrolla en las tiendas establecidas o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

Ejemplos de mercado internacional que a la vez constituyen un mercado regional son:

- Mercado interior de la Unión Europea
- Mercosur (Mercado Común del Sur)

Por su naturaleza

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2

Mercados financieros Es un mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de activos financieros. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo a debida correspondencia.

- **Mercado de bonos** Es un mercado financiero donde los participantes compran y venden títulos de deuda, usualmente en la forma de bonos
- **Mercado de capitales** Son un tipo de mercado financiero en los que se ofrecen y demandan fondos o medios de financiación a mediano y largo plazos. Frente a ellos, los **mercados monetarios** son los que ofrecen y demandan fondos (liquidez) a corto plazo.
- **Mercado de valores** Son un tipo de mercado de capitales en el que se negocia la renta variable y la renta fija de una forma estructurada, a través de la compraventa de valores negociables. Permite la canalización de capital a medio y largo plazo de los inversores a los usuarios.
- **Mercado primario**: El mercado primario o mercado de emisión es aquel mercado financiero en el que se emiten valores negociables y en el que por tanto se transmiten los títulos por primera vez. Los mercados de valores se dividen en mercados primarios y secundarios, separando la fase de emisión de valores y la de su negociación posterior.
- **Mercado secundario** Es una parte del mercado financiero de capitales dedicado a la compraventa de valores que ya han sido emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario.
- **Mercado bilateral** Es un mercado en el que un grupo de usuarios genera un externalidad sobre otro distinto, existiendo una plataforma que los pone en contacto. Ejemplos de mercados bilaterales son: Las tarjetas de crédito, Las consolas de videojuegos, Las agencias de citas. Los sitios web de subastas.
- **Mercado cautivo** Se denomina mercado cautivo a aquel en el cual existen una serie de barreras de entrada que impiden la competencia, y convierten al mercado en un monopolio u oligopolio. Es el contrario al libre mercado.
- **Mercado gris** Es un término proveniente del idioma inglés que se refiere al flujo de mercancías que se realiza a través de los canales de distribución diferentes a los autorizados por el fabricante o el productor. A diferencia del

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2

	<p>mercado negro, las mercancías 'grises' no son ilegales</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Mercado libre</u> Sistema en el que el precio de los bienes o servicios es acordado por el consentimiento entre los vendedores y los consumidores, mediante las leyes de la oferta y la demanda. Requiere para su implementación de la existencia de la libre competencia, lo que a su vez requiere que entre los participantes de una transacción comercial no haya coerción, ni fraude, etc, o, más en general, que todas las transacciones sean voluntarias.• <u>Mercado negro</u> Término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas.• <u>Mercado laboral</u> o <u>Mercado de trabajo</u> mercado en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de materias primas, etc.) ya que se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través del derecho laboral y por una modalidad especial de contratos, los convenios colectivos de trabajo.
Momento 3: Prácticas	Actividad N° 1: Realizar un ensayo sobre el mercado.
Momento 4: Transferencia	<p>Responder las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none">1) ¿Qué es el mercado?2) ¿Dónde tiene su origen el mercado?3) ¿En un mercado perfecto los precios de los bienes y servicios son fijados por quién?4) ¿En qué consiste el oligopolio?5) ¿Qué es monopolio?6) ¿Quién ejerce control sobre los mercados regulados?7) ¿Qué son los mercados eficientes o de competencia perfecta?8) ¿Qué entiende por transparencia del mercado?9) ¿Cuándo se viola o no se cumple con algunos de los requisitos para la competencia perfecta. Que se produce?10) ¿Por qué está condicionada la curva de oferta de cada empresa?

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2

Momento 5: Evaluación	<p>Docente: <u>ABEL ALIDO RENTERIA MACHADO</u></p> <p>Asignatura: <u>EMPRENDIMIENTO</u></p> <p>Grado: <u>11°</u></p> <p>Fecha: _____</p> <p>Estudiante: _____</p> <p>1) Es el acuerdo entre compradores y vendedores acerca de las cantidades y precios de sus productos a comprar y vender, se le llama:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Mercado.b) Empresac) Consorcio.d) Depósitos <p>2) Fenómeno económico que cuando los precios aumentan el consumo es reducido, pero al bajar los precios los compradores adquieren cantidades mayores. A esto se le denomina:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Utilidad.b) Oferta.c) Demanda.d) Necesidad. <p>3) Cada país se encuentra dotado en forma diferente de los recursos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo. Cuáles son esos recursos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Agentes económicos y empresas.b) Tierra, trabajo, capital y organización.c) Manufacturas y capital.d) Bienes y servicios.
----------------------------------	---

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2

	<p>4) En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, la <u>oferta</u> y la <u>demanda</u> de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la <u>curva de demanda</u> y determinar el <u>equilibrio parcial</u> para un mercado de un solo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto. La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (Costo marginal en términos más precisos).</p> <p>De acuerdo con el texto anterior la curva de la oferta de una empresa muestra:</p> <ul style="list-style-type: none">a) El aumento en sus venas.b) Los recursos potenciales de la empresa.c) Recursos necesarios para la subsistencia de las comunidades.d) La cantidad que un productor está dispuesto a vender de un bien a un precio dado. <p>5) Término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas. A esto se le llama:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Mercado libreb) Mercado laboral.c) Mercado negro.d) Mercado gris.
Seguimiento	Se hará monitoreo y acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo de las diferentes actividades.

**INSTITUCION EDUCATIVA
NUESTRA SEÑORA DE LA CANDELARIA
BAGADO-CHOCO**

PERIODO 2