Tareas de continuidad pedagógica

Materia: Sistemas Productivos

Curso: 6° 3°

Profesora: María Cristina Vasta

Alumno: Dal Degan Santiago

Trabajo Práctico Nro. 4

1. A qué se denomina mercado? Dé ejemplos. Cuántos tipos de mercado existen? Explique cada uno.

2. Cómo funciona el mismo? Qué es la oferta y la demanda?

3. Qué es lo que hace que el mercado funcione?

4. Explique a qué se denomina estudio de mercado? Qué hay que tener en cuenta para realizarlo?

5. Conceptualice la ley de la oferta y la ley de la demanda. Conceptualice y grafique con ejemplos.

1. En economía, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios. El mercado hace referencia al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Hay diferentes tipos de mercados dependiendo de posición geográfica, de bienes, de tipo de comprador, de competencia.

**Mercados según bienes:**

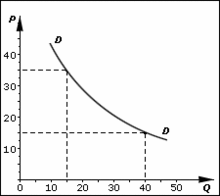
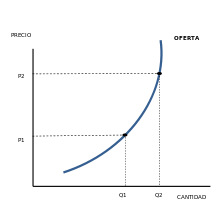
* **Mercado de bienes perecederos**: Los bienes perecederos son aquellos artículos cuyo uso hace que se destruyan en un periodo concreto de tiempo. Por ejemplo los productos alimenticios o combustibles.
* **Mercado de bienes duraderos:** En este caso, a diferencia del anterior el tipo de bienes permiten un uso continuado de los mismos, como por ejemplo un auto o una mesa.
* **Mercado de bienes industriales:** Los bienes industriales son aquellos que se incorporan el proceso productivo de las empresas, es decir, que se utilizan para reproducir otros bienes, como la materia prima y productos manufacturados.
* **Mercado de servicios:** A diferencia de los bienes, los servicios tienen una naturaleza intangible y no son susceptibles de ser fabricados, sino que se prestan, por ejemplo la salud o transporte.

**Mercados según su ámbito geográfico:**

* **Mercado local:** Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Por ejemplo la panadería del barrio, el almacén.
* **Mercado regional:** El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad autónoma.
* **Mercado nacional:** Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país.
* **Mercado internacional:** El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades.
* **Mercado global:** Su origen no es otro que el fenómeno de globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta.

**Mercados según la naturaleza del comprador:**

* **Mercado de consumidores:** Es el más cercano a todos nosotros y en el se encuentras compradores que buscar cubrir una necesidad mediante la adquisición de un bien o servicio de consumo.
* **Mercado industrial:** El mercado industrial es un mercado profesional al que las empresas acceden para poder comprar los bienes y servicios que necesitan para realizar sus actividades.
* **Mercado de revendedores:** Es una modalidad del mercado bastante amplia formada por las empresas que compran bienes y servicios con la intención de volver a venderlos a un precio superior.
* **Mercado institucional:** Se refiere al mercado formado por las distintas instituciones que conforman el Sector Publico, desde el Estado hasta las Comunidades Autónomas pasando por los Ayuntamientos o las Diputaciones Provinciales.

1. El mercado funciona de acuerdo a la oferta y a la demanda. La oferta es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado bajo una serie de condiciones y la demanda es la cantidad de bienes y servicios que se solicitan a través de ciertas condiciones.
2. Un mercado funciona siempre que exista oferta y demanda, el precio de los productos o servicios están determinados por la oferta de los mercados y su competencia, la demanda está determinado por los consumidores. Mientras mayor la demanda la oferta es menor y viceversa.
3. El estudio de mercado es toda la recolección de datos y el análisis de los mismos para posicionar a la empresa en el mercado, con mayor eficiencia. Para lograr esto hay que tener en cuenta donde se encuentran geográficamente los consumidores potenciales, cuales son las características que definen a estas personas como su capacidad económica, sus gustos; como se ha comportado el sector y dependiendo de eso intentar predecir qué ocurrirá en el futuro, el papel que desempeñaría lo que ofrece la compañía en este sector, es decir, si va a ser algo revolucionario o simplemente un competidor más.
4. La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, y asumiendo un mercado competitivo, la cantidad ofrecida de ese bien va a ser mayor, es decir, los productores de bienes y servicios aumentaran la producción. Por otro lado la ley de la demanda dice que la demanda es decreciente a mayor precio, es decir, los consumidores compran menos en cuanto más alto sea le precio. Por ejemplo la demanda de diamantes es muy baja ya que su precio es muy alto.  
     
   Estas leyes se representan con graficos:  
      
    OFERTA DEMANDA  
     
     
   En el gráfico de la oferta se puede apreciar como al aumento de la cantidad y del precio aumenta la oferta mientras que al aumento de la cantidad y caída de precio, la demanda baja.

Última fecha de entrega: 09 de mayo de 2021.