**EL MERCADO**

**Mercado**, es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta [competencia](http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_%28econom%C3%ADa%29) entre los participantes.

El mercado es, también, el ambiente social que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el [trueque](http://es.wikipedia.org/wiki/Trueque). Tras la aparición del [dinero](http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero), se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas [empresas](http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa) nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

Tipos de mercados

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados web, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsa de valores).

El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado.

El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurran un número reducido de vendedores (oligopolio). Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.

## Mercado y competencia perfecta

No todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existe unas condiciones técnicas llamadas de [competencia perfecta](http://es.wikipedia.org/wiki/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 éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La [competencia perfecta](http://es.wikipedia.org/wiki/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](http://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n).
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](http://es.wikipedia.org/wiki/Fallo_de_mercado).

### El funcionamiento de los mercados en competencia perfecta

En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, la [oferta](http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta) y la [demanda](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_%28econom%C3%ADa%29) 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](http://es.wikipedia.org/wiki/Curva_de_demanda) y determinar el [equilibrio parcial](http://es.wikipedia.org/wiki/Equilibrio_parcial) para un mercado de un sólo 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.

### 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. Por lo tanto, el intento de aumentar la tasa de beneficio va asociada a la combinación más eficiente y rentable de los factores productivos y a la modernización de la tecnología, al menos a nivel local. El efecto neto sobre el medio ambiente o las otras industrias es más complicado de predecir, por lo que es difícil juzgar sobre el efecto global de las condiciones de cuasi-competencia perfecta sobre la economía en un determinado mercado.

## Mercados de competencia imperfecta

Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que bienes y productores son los suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio. Existen varios modelos de este tipo de mercado entre ellos el [mercado monopolístico](http://es.wikipedia.org/wiki/Monopolio) y los diversos modelos [oligopolísticos](http://es.wikipedia.org/wiki/Oligopolio). También existen mercados donde un comprador tiene suficiente cuota de mercado para influir en el precio ese tipo de mercados, un ejemplo de ese tipo de mercados son los [monopsonios](http://es.wikipedia.org/wiki/Monopsonio) y los [oligopsonios](http://es.wikipedia.org/wiki/Oligopsonio).

La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar en precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación.

En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.

## 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**](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_nacional) o [mercado interior](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_interior): Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios 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.

### Por su naturaleza

* [Mercados financieros](http://es.wikipedia.org/wiki/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.
	+ [Mercado de bonos](http://es.wikipedia.org/wiki/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](http://es.wikipedia.org/wiki/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](http://es.wikipedia.org/wiki/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 secundario](http://es.wikipedia.org/wiki/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 primario
* [Mercado bilateral](http://es.wikipedia.org/wiki/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](http://es.wikipedia.org/wiki/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](http://es.wikipedia.org/wiki/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 mercado negro, las mercancías 'grises' no son ilegales
* [Mercado libre](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_libre) 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, mas en general, que todas las transacciones sean voluntarias.
* [Mercado negro](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_negro) 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.
* [Mercado laboral](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_laboral) o [Mercado de trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_trabajo) 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.)