

# TIPOS DE MERCADOS

Como lo abordamos anteriormente, según Kotler “*Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio*”.

La **estructura de mercado** se refiere al conjunto de condiciones que definen cuántos compradores o vendedores hay, cuán homogéneos son los productos, cuán fácil es entrar o salir del mercado, qué grado de competencia hay, etcétera. Estas estructuras ayudan a explicar el comportamiento de precios, competencia, eficiencia, y estrategia empresarial.

Los **tipos de mercados** se dan gracias a la competencia, que es la situación en la que diferentes personas, empresas o vendedores buscan captar clientes ofreciendo mejores productos, servicios o precios. Dicho de otra forma, es como una carrera en la que todos intentan ser los mejores para ganarse al consumidor. Esto beneficia al mercado (clientes) porque genera más opciones, mejores precios y productos de mayor calidad.

Hay diversos tipos de mercado, entre los que podemos destacar:

## TIPOS DE MERCADO DESDE EL PUNTO DE VISTA GEOGRÁFICO

- **Internacional:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- **Nacional:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- **Regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- **De Intercambio Comercial al Mayoreo:** Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- **Metropolitano:** Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- **Local:** Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

## **TIPOS DE MERCADO SEGÚN EL TIPO DE CLIENTE**

- Mercado del Consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.
- Mercado del Productor o Industrial: Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- Mercado del Revendedor: Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.
- Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etcétera), para mantener la seguridad y otros.

## **TIPOS DE MERCADO SEGÚN LA COMPETENCIA ESTABLECIDA**

- Mercado de Competencia Perfecta: Este tipo de mercado tiene dos características principales:
  - Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales
  - Los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precios aceptantes.
- Mercado Monopolista: Es aquel en el que solo hay una empresa en la industria. Esta empresa fabrica o comercializa un producto totalmente diferente al de cualquier otra. La causa fundamental del monopolio son las barreras a la entrada; es decir, que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada tienen tres orígenes:
  - Un recurso clave (por ejemplo, la materia prima) es propiedad de una única empresa.

- Las autoridades conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio.
  - Los costos de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de los productores.
- Mercado de Competencia Imperfecta: Es aquel que opera entre los dos extremos mencionados (el mercado de competencia perfecta y el monopolio puro). Existen dos clases de mercados de competencia imperfecta:
  - Mercado de Competencia Monopolística: Es aquel donde existen muchas empresas que venden productos similares, pero no idénticos.
  - Mercado de Oligopolio: Es aquel donde existen pocos vendedores y muchos compradores.
- Mercado de Monopsonio: Monopsonio viene de las palabras griegas Monos (Solo) y Opsoncion (Idea de compras). Este tipo de mercado se da cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda, en tal forma que les permite intervenir en el precio, fijándolo o, por lo menos, logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen. Esto sucede cuando la cantidad demandada por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación.

## TIPOS DE MERCADO SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO

- Mercado de Productos o Bienes: Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto, etcétera).
- Mercado de Servicios: Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción (servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería, etcétera).
- Mercado de Ideas: Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea", por ejemplo, para una campaña publicitaria, para el diseño de un nuevo producto o servicio, etcétera. Por ello, existen ferias de

exposición de proyectos en universidades y escuelas, las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, cazatalentos, etcétera.

- Mercado de Lugares: Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que deseen conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar, etcétera.

## TIPOS DE MERCADO SEGÚN EL TIPO DE RECURSO

- Mercado de Materia Prima: Está conformado por empresas u organizaciones que necesitan de ciertos materiales en su estado natural (madera, minerales u otros) para la producción y elaboración de bienes y servicios.
- Mercado de Fuerza de Trabajo: Es considerado un factor de producción, por tanto, está formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir bienes o servicios.
- Mercado de Dinero: Está conformado por empresas, organizaciones e individuos que necesitan dinero para algún proyecto en particular (comprar nueva maquinaria, invertir en tecnología, remodelar las oficinas) o para comprar bienes y servicios, y que además, tienen la posibilidad de pagar los intereses y de devolver el dinero prestado.

### Referencias:

- Kotler, P; Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Pearson. Recuperado de: [https://campus.eco.unlpam.edu.ar/pluginfile.php/154367/mod\\_resource/content/1/Marketing%20Kotler-Armstrong.pdf](https://campus.eco.unlpam.edu.ar/pluginfile.php/154367/mod_resource/content/1/Marketing%20Kotler-Armstrong.pdf)
- Redacción. (2024) *Mercados. Mercadotecnia*. Universidad Católica Boliviana. College SideKick. Recuperado de: <https://www.collegesidekick.com/study-docs/22492526>