Por favor hacer una interactividad a partir del modelo: Edge / 5 ítems / Elementos\_audio, y de los siguientes textos.

**Título:** Tipos de clasificación de los mercados

**Instrucción:** Haga clic sobre cada uno de los tipos de clasificación de los mercados para conocer sus respectivas descripciones y categorías.

**Vectores sugeridos para la interfaz principal:** ING\_38192\_41090, ING\_38192\_40981 o ISS\_10220\_00992.

**Textos:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Título** | **Texto** |
| **Según su alcance geográfico** | De acuerdo con su alcance geográfico, los mercados se pueden clasificar en:* Locales.
* Regionales.
* Nacionales.
* Internacionales.
 |
| **Según el territorio** | Los mercados también pueden clasificarse dependiendo la extensión territorial que abarca su cubrimiento. |
| **Según el tipo de cliente** | De acuerdo con el tipo de cliente, los mercados se pueden clasificar en:* Mercado de consumo: cuando los bienes y servicios se adquieren para uso personal.
* Mercado de productor o industrial: cuando una empresa adquiere los bienes para transformarlos en otros productos.
* Mercado de revendedor: cuando los bienes se adquieren para volver a venderlos.
* Mercado de gobierno: cuando el Estado los adquiere para cumplir sus funciones.
 |
| **Según la concentración de la oferta** | De acuerdo con la cantidad de productores que existen, los mercados se pueden clasificar en:**Monopolio:** es un mercado en el que existe un único oferente en la industria, el cual puede modificar el precio de venta del bien o servicio, fijando un precio más alto, produciendo menos unidades y obteniendo un beneficio superior a lo normal. El monopolio se caracteriza por la ausencia de competencia económica, superioridad tecnológica y productos sustitutos y se considera una forma de competencia imperfecta, pues existen barreras tecnológicas de entrada y barreras legales como las patentes y las franquicias.**Oligopolio:** se produce cuando hay varios productores que son los dueños del mercado. Se caracteriza por tener un limitado número de vendedores en competencia que venden productos similares o diferentes. Un ejemplo de oligopolio son las aerolíneas. |
| **Según la concentración de la demanda** | De acuerdo con la cantidad de consumidores que existen, los mercados se pueden clasificar en:**Monopsonio:** es un tipo de mercado en el cual hay un único y poderoso comprador que controla y afecta los precios del mercado. Los múltiples vendedores ofrecen bienes y servicios, pero el único comprador ejerce control sobre el mercado y puede hacer caer el precio de los productos, por ejemplo, la Federación Nacional de Cafeteros.**Oligopsonio:** es una forma de mercado en el que existen unos pocos compradores y muchos vendedores. Un ejemplo de oligopsonio es el mercado de comidas rápidas en el cual unos pocos proveedores principales como Burger King, Mc Donald's y Wendy's, controlan el mercado de la carne.Otro ejemplo pueden ser los fabricantes de automóviles en un país como Japón. Para los fabricantes de sillas para automóviles solo existe un número reducido de compradores, que son las pocas empresas ensambladoras de automóviles japonesas, quienes, por lo tanto, podrán controlar las cantidades y precios de las sillas para automóviles, puesto que son los únicos compradores en el país de ese producto (Wikipedia, 2017).La central de abastos de una ciudad también puede considerarse como un oligopsonio, pues concentra a los compradores de los productos que producen los campesinos de una región. |