

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
ESCUELA SUPERIOR DE ATOTONILCO DE TULA



# TIPOS DE MERCADO

*Licenciatura en Inteligencia de  
Mercados*

**Área Académica: Licenciatura en Inteligencia de Mercados**

**Tema: Tipos de Mercado**

**Profesor : L.A. Alberto José Luis López Rodríguez**

**Periodo: Enero-Junio -2014**

**Palabras clave: Mercado, Mercancías, Oferta y Demanda.**



# Resumen

- **El alumno será capaz de utilizar los conceptos de la teoría económica, evaluar las relaciones macroeconómicas y emplear las leyes económicas como instrumento para el análisis del contexto actual. Asimismo, explicará los agregados económicos, la dinámica económica del país y sus problemas, evaluando en forma crítica el funcionamiento sectorial, así como el resultado de la política económica en los sectores público, privado y externo.**



# MERCADO

- Área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado.
- Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.
- Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
ESCUELA SUPERIOR

# Elementos que concurren en la formación del mercado:

- a) Bienes y servicios (mercancías)
- b) Oferta de bienes y servicios
- c) Demanda de bienes y servicios
- d) Precio de los bienes y servicios



# Clasificación del Mercado



# MERCADO

Por su  
extensión

geográfica

De acuerdo a lo  
que ofrecen

Tiempo de  
formación de precio

Por su  
competencia

otros tipos de  
mercado





# Clasificación del Mercado

Por su extensión geográfica

- Locales
- Regionales
- Nacionales
- Mundiales

Por lo que ofrecen

- De mercancías
- De servicios

Formación de precio

- De oferta instantánea
- De corto plazo
- De largo plazo



# Clasificación del Mercado

## Por su competencia

- Competencia perfecta
- Competencia imperfecta

## Otros tipos de mercado

- Mercado negro
- Mercado ilegal
- Mercado informal
- Mercado de Divisas
- Mercado Digital



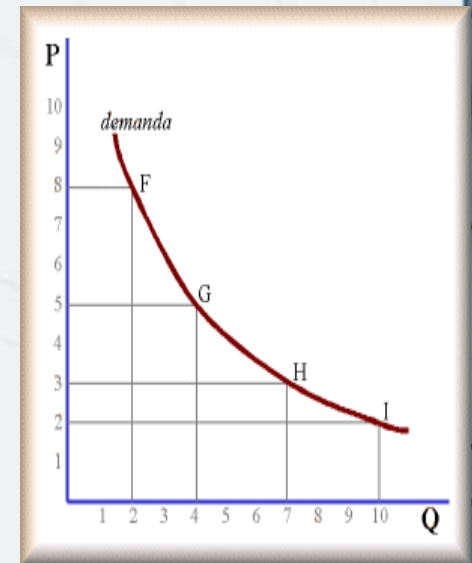
# DEMANDA Y OFERTA



# DEMANDA

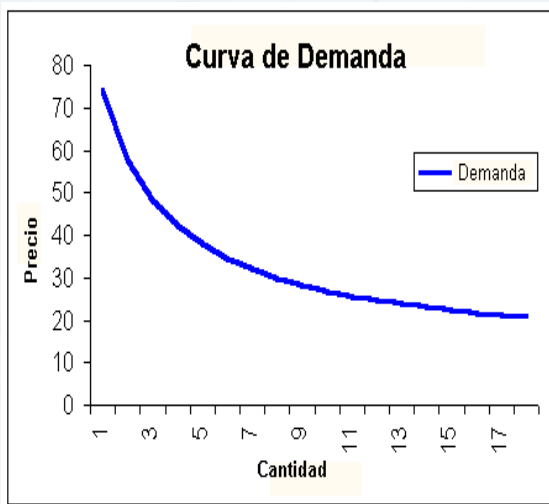
La demanda es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas por un individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad.

- Conjunto de mercancías que pueden comprar, cada una por su precio determinado, los individuos de una sociedad.



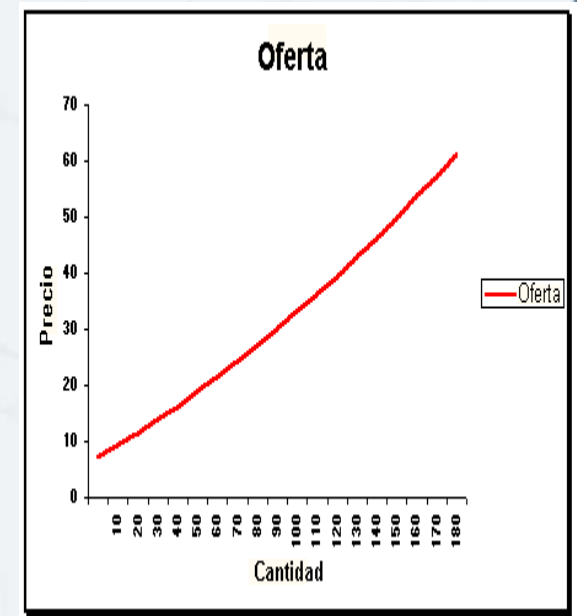
## Ley de la Demanda

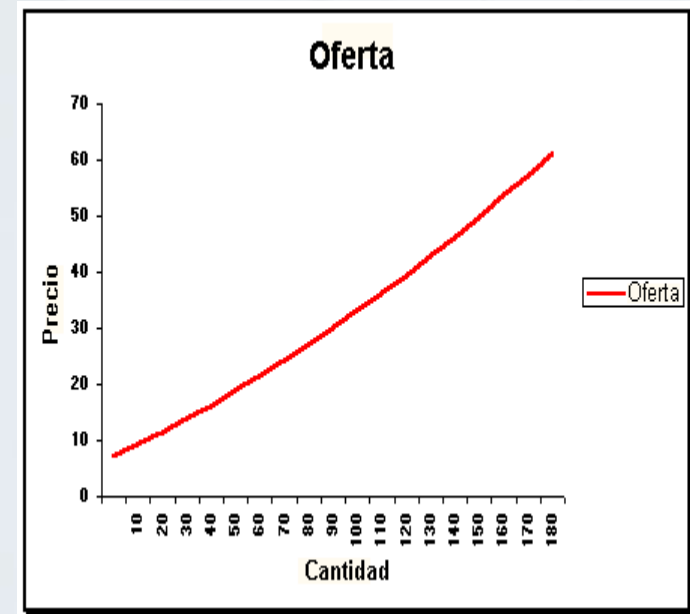
Si no cambian el resto de las variables, **la cantidad demandada de un bien disminuye en la medida que aumenta su precio.**



# OFERTA

- La oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad.





### Ley de la Oferta

Si no cambian el resto de las variables,  
la cantidad ofrecida de un bien aumenta  
en la medida que lo hace su precio.



# Referencias bibliográficas

- 1.- Mankiw, N. Gregory, Principios de economía, Mac Graw Hill, 2000
- 2 .-Méndez Morales, José Silvestre. Fundamentos de Economía (3a.ed.) México: McGraw-Hil, 1996.
- 3.-Samuelson, Paul A. Y Nordau's, William D., Economía (18a. Ed.), España: McGraw-Hill 2003.

