

# TIPOS DE MERCADO

El mercado es el lugar físico o virtual donde se encuentran oferta y demanda, es decir, donde los vendedores ofrecen bienes o servicios y los compradores manifiestan sus necesidades.

El concepto de mercado no se limita solo a un espacio físico como una tienda o un supermercado; también abarca mercados digitales, financieros e internacionales, donde se realizan transacciones de diversos tipos. Conocer los tipos de mercado permite a las empresas definir sus estrategias de marketing, precios, distribución y posicionamiento.

Existen múltiples formas de clasificar los mercados, dependiendo del criterio utilizado. Los principales son:

## 1. Según el tipo de comprador

- a) **Mercado de consumidores.** Está formado por personas o familias que compran productos o servicios para su consumo personal. Por ejemplo: personas que compran ropa, alimentos, productos de limpieza, etcétera.
- b) **Mercado industrial o empresarial (B2B).** Empresas que compran bienes o servicios para transformarlos o utilizarlos en su operación. Por ejemplo: una fábrica que compra acero para fabricar automóviles.
- c) **Mercado institucional o gubernamental.** Incluye gobiernos, escuelas, hospitales y dependencias públicas que adquieren bienes o servicios para cumplir con sus funciones. Por ejemplo: el gobierno compra uniformes para policías o medicinas para hospitales públicos.
- d) **Mercado de revendedores.** Empresas que compran productos terminados para revenderlos sin modificarlos. Por ejemplo: distribuidores, minoristas y supermercados.

## 2. Según la ubicación geográfica

- a) **Mercado local.** Opera dentro de una misma ciudad o región. Por ejemplo: panaderías, ferreterías o servicios locales.
- b) **Mercado nacional.** Abarca todo el territorio de un país. Por ejemplo: cadenas nacionales como Oxxo o Chedraui.
- c) **Mercado internacional.** Comercializa productos entre dos o más países. Por ejemplo: exportación de aguacates mexicanos a Estados Unidos.

## 3. Según la competencia existente

- a) **Competencia perfecta.** Muchos oferentes y demandantes, productos similares y precios estables. Por ejemplo: mercado agrícola o de materias primas.
- b) **Competencia imperfecta.** Las empresas tienen poder para influir en el precio o la oferta.

Subtipos:

- **Monopolio:** un solo vendedor (ejemplo: CFE antes de la apertura del sector eléctrico).
- **Oligopolio:** pocos oferentes dominan el mercado (ejemplo: aerolíneas o telefonía).
- **Competencia monopolística:** muchos vendedores con productos diferenciados (ejemplo: marcas de ropa o comida rápida).

## 4. Según el tipo de producto

- a) **Mercado de bienes.** Venta de productos tangibles o físicos. Por ejemplo: alimentos, automóviles, electrodomésticos.
- b) **Mercado de servicios.** Ofertas intangibles que satisfacen necesidades. Por ejemplo: educación, turismo, transporte, asesorías.
- c) **Mercado financiero.** Intercambio de activos financieros como acciones, bonos o divisas. Por ejemplo: Bolsa Mexicana de Valores.

## 5. Según el medio de transacción

- a) **Mercado tradicional (físico).** Las transacciones se realizan cara a cara. Por ejemplo: mercados, tiendas, ferias.
- b) **Mercado digital (online).** Las operaciones se realizan a través de plataformas digitales. Por ejemplo: Amazon, Mercado Libre, Shein, Uber Eats.

Referencia:

Quiroa, Myriam. (2025) Tipos de mercado: Qué son, características y ejemplos. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-mercado.html>