

Area de mercado

Zona en la cual se reclutan los consumidores de bienes y servicios producidos por una empresa.

En las teorías de Christaller y de Lösch, el área de mercado corresponde a la zona en la cual el costo del transporte tA , agregado al precio c del bien producido en A, no supera el precio p que el consumidor está dispuesto a pagar. (Se supone que p es constante en toda la superficie, y que el costo del transporte es proporcional a la distancia). El área de mercado de una sola firma aislada es, luego, de forma circular. Dos firmas próximas entran en competencia en el mercado: si la firma B ofrece un precio inferior al de A entre M'A y X, y bajo la hipótesis de que el consumidor busca conseguir el producto al menor costo, el área de mercado de B desbordará el de A hasta el derecho de X. La entrada de otras firmas en el mercado lleva en teoría una trama hexagonal.

Bibliographie

HYPERGEEO