

CUADRO SINOPTICO

CARACTERISTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

MERCADOS FINANCIEROS
C.P. LEGMY SANTIZO

PRESENTA EL ALUMNO:

Leydi Rocxana López Matías

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**7to. Cuatrimestre "D" Administración de Empresas
Semiescolarizado**

Frontera Comalapa Chiapas

15 de Noviembre de 2020

1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

1.1. PRELIMINARES

1.1.1. Definición de los Mercados Financieros:

Es el lugar físico o virtual a donde concurren los demandantes y oferentes de recursos monetarios.

1.1.2. Importancia:

Ponen en contacto a las empresas que requieren financiamiento para crecer o ampliar su operación con empresas o personas que tienen un excedente de dinero y que están buscando una inversión que les proporcione rendimientos atractivos.

1.2. LOS AGENTES ECONÓMICOS

1.2.1. Definición:

Es un actor y más específicamente un tomador de decisiones en un modelo de algún aspecto de la economía.

1.2.2. Principales tipos de Agentes Económicos

- 1.2.2.1. Hogares:
- 1.2.2.2. Empresas
- 1.2.2.3. Organizaciones

1.3.1. Tipos de Activos Financieros:

- 1.3.1.1. **Deuda:** tienen el compromiso de devolver el capital más un interés en un tiempo determinado
- 1.3.1.2. **Capital:** son acciones comunes u ordinarias que emiten las empresas y su ganancia está con base en los resultados financieros de la empresa y al pago de dividendos.

1.3.2. Productos Colectivos

Estos productos colectivos provienen de ahorradores que confían sus ahorros a organismos gestionados por un banco, una sociedad de Bolsa o una sociedad aseguradora.

1.3.3. Ahorro Colectivo:

Estos fondos efectúan por lo tanto inversiones internacionales, para poder aprovecharse de las ventajas potenciales del conjunto de los mercados mundiales.

1.3.3.1. Tipos de Fondos comunes de inversión

- 1.3.3.1.1. **El Abierto:** emite certificados representativos siguiendo la demanda
- 1.3.3.1.2. **El Cerrado:** fija un capital nominal desde el principio, que ya no variará.

1.3. LOS ACTIVOS O PRODUCTOS

1.3.4. **La Bolsa:** se negocian valores muebles: las acciones y las obligaciones.

1.3.4.1. **Las acciones:** es entonces un valor variable, ya que ella depende de los beneficios obtenidos por la empresa.

1.3.4.1.1. Tipos de acciones

- 1.3.4.1.1.1. La acción clásica:
- 1.3.4.1.1.2. La acción con derecho de voto privilegiado
- 1.3.4.1.1.3. Acción con bono de suscripción
- 1.3.4.1.1.4. Acción con dividendo prioritario
- 1.3.4.1.1.5. Acción con dividendo prioritario

1.3.4.1. **Las Obligaciones:** Es un valor reembolsable a término y aporta un interés fijo o variable a quién la compra

**CONTINUACION:
DESCRIPCION Y
CARACTERISTICAS
DE LOS
MERCADOS
FINANCIEROS**

1.4. DEFINICION Y FUNCIONES

1.4.1. Definición de mercado financiero: Mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de dinero por valores o materias primas; los cuales para realizarlos se ven afectados por las fuerzas de oferta y demanda

1.4.2. Importancia

Radica en que valores y materias primas son los elementos fundamentales que le permiten a un mercado financiero funcionar, operar y desarrollarse en función de la oferta y la demanda que exista en el mismo.

1.4.3. Funciones de los mercados financieros

- Proporcionan a los individuos, a las empresas y a los gobiernos un medio a través del cual pueden modificar sus patrones de consumo e inversión en activos reales.
- Incrementan el consumo actual de los individuos, empresas y gobiernos sacrificando consumos futuros mediante la adquisición de fondos.
- Posponen el consumo presente con la expectativa de un consumo mayor a través de la inversión de fondos.
- Canalizan recursos provenientes de individuos o instituciones que desean realizar inversiones de fondos hacia aquellos individuos o instituciones que requieren de financiamiento.

**1.5. CARACTERÍSTICAS:
LIQUIDEZ, RIESGO Y
RENTABILIDAD**

1.5.1. Activos Financieros se generan por:

1.5.2.1. Nivel de riesgo del activo: se mide por la capacidad del deudor de atender a su obligación de pago a la fecha especificada.

1.5.2.2. Forma de determinar la remuneración a su poseedor: haciendo referencia a la rentabilidad que puede obtener el poseedor del activo, y que va a estar en función del tipo de activo que poseamos.

1.5.2.3. Grado de liquidez del activo: posibilidad de materializar el activo financiero en dinero, dependiendo de qué activo hayamos adquirido.

1.5.2. El Precio de los Activos Financieros

1.5.3.1. Características principales

- Riesgo
- Liquidez
- Rentabilidad

1.6. LOS MEDIADORES E INTERMEDIARIOS

1.6.1. Definición: Son instituciones especializadas en la mediación entre las unidades económicas que desean ahorrar o invertir sus fondos y aquellas unidades que quieren tomar fondos prestados, normalmente se captan fondos a corto plazo (a través de cuentas corrientes, depósitos, etc.) y se ceden a largo plazo

1.6.2. Tipos de Servicios que prestan:

- 1.6.2.1. Permiten reducir el riesgo de los diferentes activos:** mediante la diversificación de la cartera y mueven tantos fondos que pueden comprar activos de cualquier valor nominal que los particulares no podrían individualmente;
- 1.6.2.2. Casan las necesidades de prestamistas y prestatarios:** captando los recursos de los ahorradores a corto plazo, y cediéndolos a un mayor plazo.

1.6.3. Tipos de Intermediarios Financieros:

- 1.6.3.1. Intermediarios Bancarios:** Conformados por los bancos privados y las cajas de ahorro.
- 1.6.3.2. Intermediarios No Bancarios:** Dentro de las entidades financieras no bancarias encontramos algunas muy variadas que emiten activos que no son dinero y realizan actividades más allá de las meramente bancarias.

1.7. Desintermediación

1.7.1. Definición: Es la tendencia a que los intermediarios actúen como simples mediadores, pasando los flujos financieros directamente desde los oferentes a los demandantes de fondos.

1.7.2. Consecuencia Principal del proceso de Desintermediación: es el cambio del tipo de negocio y de la composición por modalidades del nivel de riesgo global que soportan

**CONTINUACIÓN:
DESCRIPCION Y
CARACTERISTICAS
DE LOS
MERCADOS
FINANCIEROS**

1.8. LOS MERCADOS

**1.9. CARACTERISTICAS:
PROFUNDIDAD, AMPLITUD Y
FLEXIBILIDAD**

110. CLASIFICACIÓN

1.8.1. Concepto: se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios.

1.8.2. Tipos de mercado:

- 1.8.2.1. **En función a un área geográfica:** Mercado Local, regional y nacional o mercado mundial.
- 1.8.2.2. **De acuerdo con la oferta:** Mercancías o de Servicios
- 1.8.2.3. **En función de la competencia:** Mercados de Competencias perfecta o Mercados de competencia imperfecta

1.8.3. Oferta:

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

1.8.4. Demanda:

Se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

1.9.1. Características de los mercados financieros:

- 1.9.1.1. **Transparencia.** Esto debido a que todos los participantes de los mercados financieros tienen acceso de manera sencilla a toda la información.
- 1.9.1.2. **Flexibilidad.** Ya que los precios se mueven libremente en el mercado y son afectados por cualquier tipo de movimiento que se genera en la economía.
- 1.9.1.3. **Libertad.** Los usuarios no tienen obstáculos para entrar o salir de los mercados financieros. Profundidad.
- 1.9.1.4. **Amplitud.** Es el número de activos financieros que se manejan en el mercado financiero
- 1.9.1.5. **Grado de concentración.** Es el número de empresas o vendedores presentes en el mercado.
- 1.9.1.6. **Influencia sobre el precio.** Lo ideal sería que hubiera muchas empresas independientes en el mercado de manera que, como cada empresa vendería una proporción pequeña de la producción total en el mercado
- 1.9.1.7. **Grado de homogeneidad.** Un mercado es homogéneo cuando sus productos son intercambiables
- 1.9.1.8. **La existencia o no de barreras de entrada y de salida.** Existen barreras de entrada en un mercado cuando el Estado o las empresas ya instaladas en él hacen uso de algún mecanismo u obstáculo para impedir la entrada de nuevas empresas con el objetivo de reducir la competencia en ese mercado
- 1.9.1.9. **Profundidad**

1.10.1. En base a las características de los compradores

- 1.10.1.1. **Los mercados de consumo:** Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo.
- 1.10.1.2. **Los mercados de productos de consumo inmediato:** Son aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición.
- 1.10.1.3. **Mercados de productos de consumo duradero:** Son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes períodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados
- 1.10.1.4. **Mercados de servicios:** Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura
- 1.10.1.5. **Mercados industriales o institucionales:** Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa.

1.10.2. En base a la naturaleza de los productos

- 1.10.2.1. **Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.**
- 1.10.2.2. **Mercados de materias primas.**
- 1.10.2.3. **Mercados de productos técnicos o industriales.**
- 1.10.2.4. **Mercados de productos manufacturados.**
- 1.10.2.5. **Mercados de servicios.**
- 1.10.2.6. **Mercado abierto**