

Nombre de alumnos: Dana Belén Rivera Escobar

Nombre del profesor: Reynaldo Francisco Manuel

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico; unidad I

Materia: Mercados financieros

Grado: 7mo. Cuatrimestre administración y estrategias de negocios

Grupo: A

Mercados financieros

¿Qué es un mercado financiero?

Lugar físico o virtual a donde concurren los demandantes y oferentes de recursos monetarios; con el fin de intercambiar activos

- **Agentes económicos.** Funciones de utilidad, que serán decisivas en la comprensión de los ingresos, y su destino dicotómico
- **Activos.** Deuda y capital

Funciones

1. Proporcionan un medio donde se modifican los patrones de consumo e inversión
2. Incrementan el consumo actual de las organizaciones sacrificando el consumo futuro
3. Posponen el consumo presente esperando un consumo mayor en la inversión de fondos
4. Canalizan recursos provenientes de instituciones que requieren realizar inversiones de fondos de financiamiento

Características

- Ponen en contacto a las empresas que requieren financiamiento para crecer o ampliar su operación
- La transmisión de los recursos se instrumenta a través de los activos financieros
- permiten la transferencia de fondos entre los agentes económicos, y por otro lado facilitan la transferencia de riesgos
- El precio activo financiero se determina por riesgo, rentabilidad y liquidez

Mediadores e intermediarios

Contactan a empresas que requieren financiamiento para crecer.
Funciones:
1. Reducen el riesgo de los activos con la diversificación de la cartera
2. Saben las necesidades de prestamistas captando los recursos
Los intermediarios pueden ser bancarios (bancos privados, caja), y no bancarios (no son dinero)

Los mercados

Se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios; por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio

Características

1. Son transparentes debido a que los participantes tienen acceso a toda la información
2. Flexibles porque los precios se mueven libremente
3. Libres debido a que los usuarios pueden entrar o salir con libertad
4. Profundidad; se compran activos financieros por encima o debajo de su valor
5. Amplitud; mientras más activos hay mayor es la amplitud
6. El grado de concentración es el número de vendedores en el mercado
7. Cuidar las decisiones para no afectar al precio
8. Homogeneidad; los productos son intercambiables

Clasificación

1. **Mercados de consumo.** Realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo; estos pueden ser de consumo inmediato o duradero
2. **Mercados de servicio.** Mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura
3. **Mercados industriales.** Realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior.

Compradores

- Compradores industriales. Adquieren bienes y servicios para la obtención de productos intangibles que son objeto de comercialización posterior
- Compradores institucionales. Adquieren bienes y servicios para la obtención de productos generalmente intangibles
- Intermediarios industriales. Están formados por los compradores de bienes y servicios para revenderlos posteriormente o para facilitar la venta de otros productos