

# DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

## 1.1 Preliminares.

Un mercado financiero, recordando que es un espacio, el cual puede ser físico o virtual, donde se reúnen vendedores y compradores para realizar algún tipo de transacción.

Las finanzas y los mercados financieros ofrecerán grandes oportunidades de investigación y, consecuentemente, la posibilidad de que, con base en esta realidad, se desarrollen teorías que representen, a partir de la evidencia empírica que nos ofrece el mundo financiero

La importancia que tienen los mercados financieros es que ponen en contacto a las empresas que requieren financiamiento

Los mercados financieros son uno de los motores de financiamiento más importantes para las empresas. Gracias a estos mercados las empresas pueden captar flujos con los cuales pueden financiar sus proyectos de inversión y poder continuar con su crecimiento con unas tasas de interés más atractivas o con un mayor número de accionistas que estén dispuestos a correr un riesgo.

## 1.2 Los Agentes Económicos.

Inicialmente se hace referencia a las funciones de utilidad, que serán decisivas en la comprensión de los ingresos, y su destino dicotómico, en dos grandes finalidades de utilización de circulante: consumo o inversión.

En economía, un agente económico es un actor y más específicamente un tomador de decisiones en un modelo de algún aspecto de la economía. Por lo general, cada agente toma decisiones para resolver un problema de optimización o de elección.

El término agente económico también se utiliza en relación con los modelos de agente principal, en este caso se refiere específicamente a alguien delegado para actuar en nombre de otro.

## 1.3 Los Activos O Productos.

En el mercado financiero se manejan dos activos financieros:

El primero se le conoce como de deuda, estos activos tienen el compromiso de devolver el capital más un interés en un tiempo determinado. Los más comunes son los Certificados de la Tesorería Federal (Cetes) pero existen otros, como los pagarés bancarios, bonos del gobierno y bonos de empresas privadas. Estos activos tienen la característica que su vencimiento y el monto de pago de intereses que otorgara es conocido.

El segundo activo financiero es de capital, estos activos 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. A este activo también se le conoce como renta variable, ya que se desconoce el dividendo que generar cada año y el beneficio financiero que tendrá.

## 1.4 Definición Y Funciones.

El mercado financiero se define como un 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. Por lo tanto, los mercados financieros tienen el objetivo de colocar a todos los vendedores en el mismo lugar, haciendo así más fácil encontrar posibles compradores.

La importancia de los mercados financieros 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.

los valores y materias primas se les denomina activos financieros, y se definen como los derechos y bienes financieros que los agentes económicos utilizan para el intercambio de dinero a través de distintas operaciones financieras, que se ven afectadas por la oferta y la demanda que un mercado financiero refleja como parte de su funcionamiento, operación y desarrollo.

## 1.5 Características: Liquidez, Riesgo Y Rentabilidad.

La importancia que tienen los mercados financieros es que 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.

En los mercados financieros la transmisión de los recursos se instrumenta a través de los activos financieros.

## 1.6 Los Mediadores E Intermediarios.

La importancia que tienen los mercados financieros es que 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.

Los mercados financieros son uno de los motores de financiamiento más importantes para las empresas. Gracias a estos mercados las empresas pueden captar flujos con los cuales pueden financiar sus proyectos de inversión y poder continuar con su crecimiento con unas tasas de interés más atractivas o con un mayor número de accionistas que estén dispuestos a correr un riesgo.

## 1.7 Definición Y Funciones.

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 (concesión de préstamos, adquisición de acciones, obligaciones, puede darse el caso que alguien que necesita dinero se lo pida prestado directamente a alguien que conozca sin necesidad de una entidad pero, en general, los intermediarios financieros facilitan esta labor

## 1.8 Desintermediación.

Desintermediación es la tendencia a que los intermediarios actúen como simples mediadores, pasando los flujos financieros directamente desde los oferentes a los demandantes de fondos, es decir, que el ahorro fluya directamente del ahorrador al inversor, sin pasar por una institución financiera:

El peso preponderante del sistema bancario dentro del sistema financiero ha retrasado la desintermediación. La desintermediación ha afectado fundamentalmente a la financiación del Tesoro, siendo menos significativa en la canalización de recursos al sector privado.

## 1.9 Los Mercados.

El concepto de mercado es uno de los más importantes en la historia de las ciencias sociales. La evolución de este concepto ha tenido un profundo impacto en la estructura de las ciencias sociales. La razón es que el concepto de mercado es el fundamento de la autonomía de la teoría económica.

Esta visión de las cosas ha tenido un profundo impacto sobre el contenido y los contornos de las demás ciencias sociales. La independencia de "lo económico" frente a otras dimensiones de la vida social (en especial de la política y la ética) culmina con la idea del mercado como un mecanismo capaz de auto-regularse y de mantenerse estable en una especie de homeostasis social.

## 1.10 Definición Y Funciones.

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios.

En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios.

El primero es fundamentalmente teórico, pues la relación entre los oferentes y los demandantes no se da en igualdad de circunstancias, especialmente en periodos de crisis, no obstante, entre ambos tipos de participantes regulan el libre juego de la oferta y la demanda hasta llegar a un equilibrio.

## 1.11 Características: Profundidad, Amplitud Y Flexibilidad.

Los mercados financieros tienen las siguientes características:

I. Transparencia. Esto debido a que todos los participantes de los mercados financieros tienen acceso de manera sencilla a toda la información.  
II. 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.  
III. Libertad. Los usuarios no tienen obstáculos para entrar o salir de los mercados financieros.

IV. Profundidad. En los mercados financieros es común que se compren activos financieros por encima o por debajo de su valor.  
V. Amplitud. Es el número de activos financieros que se manejan en el mercado financiero, mientras más activos se ofrecen mayor será la amplitud.  
VI. Grado de concentración. Es el número de empresas o vendedores presentes en el mercado.

VII. 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, creyeran que sus decisiones no afectan a los precios. Sin embargo, en la mayoría de los casos los vendedores influyen significativamente sobre el precio.  
VIII. Grado de homogeneidad. Un mercado es homogéneo cuando sus productos son intercambiables, es decir, cada uno de ellos puede sustituir al otro, ya que diferencias en la calidad, el diseño o la función.

IX. 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.

## 1.12 Clasificación.

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. Estos mercados pueden dividirse en tres tipos principales:  
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. Es el caso del pescado, de la carne, las bebidas, etc.

Mercados de productos de consumo duradero  
Son aquellos en los que los productos adquiridos por lo compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes periodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados, por ejemplo: los televisores, los muebles, los trajes, etc.

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, ejemplo: los servicios, la lavandería, enseñanza, sanidad, etc.

Los 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. En otros términos, los mercados industriales son aquellos que comprenden los productos y servicios que son comprados para servir a los objetivos de la organización.