



UDS

Mi Universidad

Sheyla Paola García Aguilar
Mercados Financieros
Parcial 1
Salomón Vázquez
Descripción y características de los mercados
financieros
Administración y Estrategias de Negocios.
Cuatrimestre: 7.

DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

MERCADOS

En efecto, afirmar que el mercado es un dispositivo social que se autoregula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social. Esta visión de las cosas ha tenido un profundo impacto sobre el contenido y los contornos de las demás ciencias sociales.

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.

Funciones:

Proporciona a los individuos a las empresas y a los gobiernos un medio a través del cual pueden modificar sus inversiones o consumo.

Incrementa el consumo actual de los individuos.

Postpone el consumo presenta las expectativas de un consumo mayor a través de inversiones de fondo.

Canaliza recursos provenientes de individuos o instituciones.

CARACTERÍSTICAS: PROFUNDIDAD, AMPLITUD Y FLEXIBILIDAD

Profundidad. En los mercados financieros es común que se compren activos financieros por encima o por debajo de su valor.

Amplitud. Es el número de activos financieros que se manejan en el mercado financiero, mientras más activos se ofrezcan mayor será la amplitud.

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.

CLASIFICACION

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.

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.

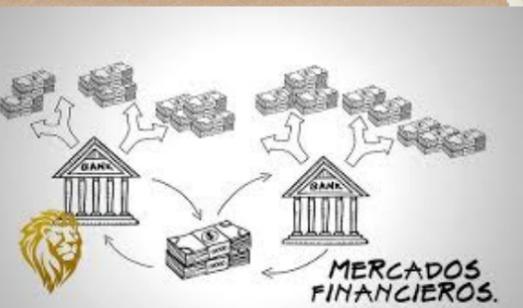
Los Mercados industriales o institucionales
Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios empleados en la obtención de diferentes productos que son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa.

Existen tres tipos:

Compradores institucionales

Compradores industriales

compradores intermediarios industriales



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.

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.



REFERENCIAS: ANTOLOGIA UDS Y APUNTES DE CLASES.