



Nombre del Alumno: Juan Antonio Espinosa Hernández

Nombre del tema: super nota

Parcial: 3

Nombre de la Materia: MERCADOS FINANCIEROS

*Nombre del profesor: **salomón Vázquez guillen***

Nombre de la Licenciatura: administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre:

DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

Los Mercados

es un dispositivo social que se autorregula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social. culmina con la idea del mercado como un mecanismo capaz de auto-regularse y de mantenerse estable en una especie de homeostasis social.



Definición Y Funciones

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.



Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios.





Características: Profundidad, Amplitud Y Flexibilidad

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 ofrezcan mayor será la amplitud.

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

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 los compradores individuales o familiares son utilizados a lo largo de diferentes períodos 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.

Compradores industriales: Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos intangibles que son objeto de comercialización posterior. Ejemplo: Empresas de automóviles, etc.

Compradores institucionales Son: aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos generalmente intangibles, la mayoría de los cuales no son objeto de comercialización. Es el caso, de universidades, fuerzas armadas, etc.



Teniendo en cuenta la naturaleza de los productos,

los mercados pueden clasificarse en:

- ☑ Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.
- ☑ Mercados de materias primas.
- ☑ Mercados de productos técnicos o industriales.
- ☑ Mercados de productos manufacturados.
- ☑ Mercados de servicios.

Compradores intermediarios industriales: Están formados por los compradores de bienes y servicios para revenderlos posteriormente o para facilitar la venta de otros productos. Ejemplo: mayoristas, minoristas, empresas de servicios, etc.

