



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del alumno: JHONATAN MEZA GONZALEZ.

Nombre del profesor: SALOMON VAZQUEZ GUILLEN

Materia: MERCADOS FINANCIEROS

PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del trabajo: DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

Grado: 7

DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

Mercado

- El mercado es un dispositivo social que se autorregula, fundamental para la teoría económica, importancia: Es uno de los conceptos más influyentes en la historia de las ciencias sociales.



Evolución del Concepto

- El mercado puede funcionar sin intervención de otras esferas sociales.
- Impacto: Esta idea ha transformado la estructura y enfoque de las ciencias sociales.

Impacto en las Ciencias Sociales

Independencia de lo Económico:

- Frente a: Política y ética.
- Resultado: El mercado se ve como un mecanismo que mantiene la estabilidad social por sí mismo (homeostasis).



Racionalidad del Mercado

- Supuesto: La esfera económica tiene una racionalidad interna.
- Sistema Estructurado:
 - Idea Dominante: La economía es un sistema con reglas internas.
 - Objetivo de la Ciencia Económica: Descubrir y entender las leyes que regulan este sistema.



Implicaciones

- Para la Economía: Se considera una ciencia que desentraña las leyes del sistema económico.
- Para Otras Ciencias Sociales: La concepción dominante de la economía influye en cómo se entienden otras dimensiones sociales.



ANÁLISIS EXTERNO: ENTORNO GENERAL Y ESPECIFICO

Reflexión Final

Impacto General: El concepto de mercado ha moldeado profundamente la teoría y práctica en ciencias sociales, promoviendo una visión donde la economía se regula internamente, separada de otros factores sociales.



Definición y Funciones del Mercado

Definición del Mercado

- Lugar Físico:
 - Descripción: Espacio donde se compran y venden productos y servicios.
 - Función: Reúne a vendedores y compradores para intercambiar bienes y servicios



Tipos de Mercados por Área Geográfica

- Local: Mercados dentro de una localidad específica.
- Regional: Mercados que abarcan una región determinada.
- Nacional: Mercados que operan en todo un país.
- Mundial: Mercados globales que trascienden fronteras nacionales.



Tipos de Mercados por Oferta

- Mercancías: Productos físicos.
- Servicios: Ofrecidos por empresas o individuos.

Tipos de Mercados por Competencia

- Competencia Perfecta:
- Teórica: Igualdad entre oferentes y demandantes.
- Regulación: Libre juego de oferta y demanda, ideal de equilibrio.
- Competencia Imperfecta:
- Realidad: Intervención estatal para corregir distorsiones.
- Regulación: Necesaria para mantener un equilibrio justo y evitar abusos



ANÁLISIS EXTERNO: ENTORNO GENERAL Y ESPECIFICO

Importancia del Estudio de Mercado

Objetivo: Evaluar la viabilidad y posicionamiento de productos o servicios.

- Demanda: Cantidad de consumidores y disposición a pagar.
- Características: Adecuación del producto o servicio a las necesidades del cliente.
- Precio: Determinación del precio competitivo y justo.
- Segmentación: Identificación del tipo de clientes.
- Distribución: Canales y métodos para colocar el producto en el mercado.



1.11. 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

Clasificación de los Mercados

Definición General

- Mercado: Conjunto de personas y organizaciones que compran, venden o utilizan bienes y servicios.
- Factores Claves: Producto y zona.



ANÁLISIS EXTERNO: ENTORNO GENERAL Y ESPECIFICO

Clasificación por Compradores y Productos

• Mercados de Consumo

- Productos de Consumo Inmediato: Bienes comprados y consumidos rápidamente (e.g., pescado, carne).
- Productos de Consumo Duradero: Bienes usados por períodos prolongados (e.g., televisores, muebles).
- Servicios: Bienes intangibles adquiridos para satisfacción presente o futura (e.g., lavandería, enseñanza).



Clasificación por Naturaleza de Productos

- EProductos Agropecuarios y Marinos: Bienes provenientes de la agricultura y pesca.
- Materias Primas: Recursos naturales no procesados.
- Productos Técnicos o Industriales: Bienes utilizados en procesos de fabricación.
- Productos Manufacturados: Bienes elaborados a partir de materias primas.
- Servicios: Bienes intangibles prestados.

Mercados Industriales o Institucionales

- Compradores Industriales: Adquieren bienes para producción o reventa (e.g., empresas de automóviles).
- Compradores Institucionales: Adquieren bienes para uso en instituciones (e.g., universidades, fuerzas armadas).
- Compradores Intermediarios: Compran para revender o facilitar ventas (e.g., mayoristas, minoristas).

