



Daniela Monserrat Jiménez Palacios

Mercado financiero

Profesor : Salomón Guillen Vázquez

7° cuatrimestre

---

# DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

---



## 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.



---

## 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. EL ESTUDIO DE MERCADO DEBERÁ EXPONER LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN ACOSTUMBRADOS PARA EL TIPO DE BIEN O SERVICIO QUE SE DESEA COLOCAR Y CUÁL ES SU FUNCIONAMIENTO.

---

## 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

---

## CLASIFICACIÓN

ECONÓMICOS GENERALES EL MERCADO DESIGNA AQUEL CONJUNTO DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE PARTICIPAN DE ALGUNA FORMA EN LA COMPRA Y VENTA DE LOS BIENES Y SERVICIOS O EN LA UTILIZACIÓN DE LOS MISMOS. PARA DEFINIR EL MERCADO EN EL SENTIDO MÁS ESPECÍFICO, HAY QUE RELACIONARLE CON OTRAS VARIABLES, COMO EL PRODUCTO O UNA ZONA DETERMINADA EN EL MERCADO EXISTEN DIVERSOS AGENTES QUE SE INFLUYEN ENTRE SÍ, DANDO LUGAR A UN PROCESO DINÁMICO DE RELACIONES ENTRE ELLOS.

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.

**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.