



*Nombre del Alumno: Fabiola Ruiz Abarca.*

*Nombre del tema: Descripción y características de los mercados financieros.*

*1er parcial.*

*Nombre de la Materia: Plan de negocios.*

*Nombre del profesor: Salomón Vázquez Guillén.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios.*

*7to cuatrimestre.*

# DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

## LOS MERCADOS.

Afirmar que el mercado 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. 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.



## Definición y Funciones.

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. 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.

- La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos al alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas
- En función de un área geográfica, se puede hablar de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial.
- La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar

## 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.
- 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
- VIII. Grado de homogeneidad. Un mercado es homogéneo cuando sus productos son intercambiables



## Clasificación.

- 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.
- Mercados de productos de consumo duradero: Son aquellos en los que los productos adquiridos por los compradores individuales o familiares
- 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

