

Medidas de concentracion: Explorando los pilares fundamentales para comprender el funcionamiento y éxito de la industria moderna

Edison Achalma

Escuela Profesional de Economía, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

Primer párrafo de abstract

Palabras Claves: keyword1, keyword2

Tabla de contenidos

[Introduction](#)

[Publicaciones Similares](#)

Medidas de concentracion

- 1 LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO
- 4.1. COMPETENCIA PERFECTA Y MONOPOLIO
- 2 4.2. COMPETENCIA MONOPOLISTICA Y COMPETENCIA PERFECTA
- 4.3. EL OLIGOPOLIO Y MODELOS DE OLIGOPOLIO
- 4.3.1. DUOPOLIO Y MONOPLIO DE COURNOT
- 4.3.2. DUOPOLIO DE STAKELBERG.
- 4.3.3. DUOPOLIO DE BERTRAAND
- 4.3.4. LA COMPETENCIA MONOPLISTICA DE CHAMBERLIN.
- 4.1. COMPETENCIA PERFECTA Y MONOPOLIO
- 4.1.1. definición de competencia perfecta y características
- A) Definición
- B) Característica
1. Atomicidad • Homogeneidad
2. Perfecta información
3. Perfecta movilidad
4. Los actores económicos son precio aceptantes.
5. La competencia es transparente, bajo la ley de un solo precio y sin publicidad y costos de transporte cero
- 5.1.1. Monopolio puro: Definición y características
- A) Definición
- B) Características
6. único productor y vendedor en la industria y el mercado
7. Producto homogéneo
8. Información imperfecta
9. Restricciones: legales, tecnológicas y naturales
10. Fija e impone precios en el mercado
11. Los monopolios crecen mediante colusiones y fusiones. 6.1.1. Competencia monopolística y Oligopolio
- 6.1.1. competencia monopolística
- A) Definición
- B) Características
12. Muchos productores y gran número de compradores
13. Productos diferenciados en el mercado

 Edison Achalma

El autor no tiene conflictos de interés que revelar. Los roles de autor se clasificaron utilizando la taxonomía de roles de colaborador (CRediT; <https://credit.niso.org/>) de la siguiente manera: Edison Achalma: conceptualización, redacción

La correspondencia relativa a este artículo debe dirigirse a Edison Achalma, Email: elmer.achalma.09@unsch.edu.pe

14. Libre entrada y salida de empresas
15. Información imperfecta
16. Fijan precios en el mercado
17. Experimentan crecimientos mediante fusiones
18. Competencia a través de la publicidad y marketing
 - 7.1.1. Oligopolio y modelos
 - A) Definición
 - B) Características
19. Reducido N° de empresas
20. Productos pueden ser homogéneos, diferencias y sustitutos
21. Restricciones a la entrada de nuevas empresas: Legales, tecnológicas y 4 Las empresas compiten mediante precios y cantidades bien grandes.
22. Competencia imperfecta
23. Fijan Precios y
24. Competencia a través de la publicidad y marketing. MODELOS DE OLIGOPOLIO: 7.5.1. El Duopolio de Cournot. 7.5.2. La Competencia Monopolística en el

modelo de Cournot. 7.5.3. El Duopolio de Stackelberg 7.5.4. El Duopolio de Chamberlin 7.5.5. El Duopolio de Bertrand. 7.5.6. El Duopolio de Egdeworth 7.5.7. El Duopolio de Paul SWEZZY

Publicaciones Similares

Si te interesó este artículo, te recomendamos que explores otros blogs y recursos relacionados que pueden ampliar tus conocimientos. Aquí te dejo algunas sugerencias:

1. [Introducion A Organizacion Industrial](#)
2. [Empresa Como Organizacion](#)
3. [Sistemas Economicos](#)
4. [Mercado Relevante](#)
5. [Medidas Concentracion Desempeño](#)
6. [Estructura Del Mercado](#)
7. [Elasticidad](#)

Esperamos que encuentres estas publicaciones igualmente interesantes y útiles. ¡Disfruta de la lectura!