

# LA POLÍTICA DE MONOPOLIOS

La empresa monopolista sabe que no enfrenta competidores por lo que puede influir directamente en el precio y cantidad de mercado. Se dice entonces que el monopolista tiene poder de mercado; poder que suele utilizar para aumentar los precios y reducir la cantidad producida con el objetivo de obtener mayores utilidades.

No obstante lo anterior, el poder del monopolio tiene un límite, este es la demanda; cualquiera que sea el precio que quiera poner, solo podrá vender lo que las personas están dispuestas a comprar a ese precio. De esta forma, si el precio que pone es muy alto venderá pocas unidades, mientras que si es bajo venderá más unidades.

La elección óptima del monopolista consiste en maximizar sus beneficios, Esto es, la diferencia entre sus ingresos y costos de venta:

$$\text{Máx: } P \cdot Q - C \cdot Q$$

Donde P= precio, Q=cantidad y C=costos unitarios

La condición para la elección óptima es la misma que en el caso de la competencia perfecta; esto significa que el ingreso marginal debe igualarse al costo marginal (IM=CM). En caso contrario, el monopolista podría aumentar sus beneficios modificando la cantidad que produce.

Ahora, existe una importante diferencia entre la optimización del monopolio y de competencia perfecta. En el primer caso, el ingreso marginal es igual al precio de mercado, el que toma como dado. En el caso del monopolio, en cambio, la empresa debe decidir qué

cantidad (o precio) poner en el mercado considerando los efectos sobre las utilidades.

La situación es la siguiente, si el monopolista aumenta la cantidad producida obtendrá mayores beneficios por mayores ventas; no obstante, también caerá el precio y esto reducirá los beneficios de todas las unidades vendidas.

**Referencia:**

Nicole Roldán, Paula (2020). Monopolio. Recuperado a partir de:  
<https://economipedia.com/definiciones/monopolio.html>