

# ÍNDICE

PREFACIO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA, por Jesús Huerta de Soto . . . .	13
ESTUDIO PRELIMINAR, por Raúl E. Alosilla Díaz . . . . .	17
I. UNA REVISIÓN DE LOS ORÍGENES DEL SISTEMA ANTIMONOPOLIO . . . . .	24
II. SOBRE EL CONCEPTO DE COMPETENCIA . . . . .	29
III. LA COMPETENCIA NO SE ELIMINA, SOLO SE TRANSFORMA . . .	40
IV. NOTA FINAL. SOBRE EL ROL DE LA AGENCIA DE COMPETENCIA . . . . .	41
PREFACIO . . . . .	47
INTRODUCCIÓN: UNA BREVE REVISIÓN DEL SISTEMA	
ANTIMONOPOLIO . . . . .	49
I. TEORÍA ECONÓMICA Y POLÍTICA ANTIMONOPOLIO . . . . .	50
II. REVISIONISMO TEÓRICO Y REFORMA DE LA POLÍTICA ANTIMONOPOLIO . . . . .	52
III. NUEVO ACTIVISMO ANTIMONOPOLIO . . . . .	53
CAPÍTULO 1. EL ATAQUE ANTIMONOPOLIO	
CONTRA MICROSOFT . . . . .	55
I. EL MONOPOLIO DE MICROSOFT . . . . .	57
II. EFECTOS DE RED Y DEPENDENCIA DE LA SENDA . . . . .	58
III. PRÁCTICAS RESTRICTIVAS . . . . .	60
IV. EL CASO <i>LORAIN JOURNAL</i> . . . . .	63
V. MIRANDO A TRAVÉS DEL ESPEJO . . . . .	63
CAPÍTULO 2. CRÍTICA DEL SISTEMA ANTIMONOPOLIO . . . .	67
I. EL CASO IBM . . . . .	68
II. FUNDAMENTOS PARA LA ABOLICIÓN DEL SISTEMA ANTIMONOPOLIO . . . . .	71
III. TEORÍAS DE LA POLÍTICA ANTIMONOPOLIO . . . . .	74

IV. EL CASO AT&T .....	79
V. CONCLUSIONES .....	81
CAPÍTULO 3. COMPETENCIA Y MONOPOLIO: TEORÍA	
Y EVIDENCIA .....	83
I. LAS TEORÍAS .....	83
II. EL PROBLEMA CON LA TEORÍA DE LA COMPETENCIA .....	85
III. EL PROBLEMA CON LA TEORÍA DEL «MONOPOLIO DE LIBRE MERCADO» .....	87
IV. LA EVIDENCIA .....	91
V. ESTUDIOS EMPÍRICOS .....	94
VI. MONOPOLIO LEGAL Y BIENESTAR DEL CONSUMIDOR .....	95
VII. CONCLUSIONES .....	96
APÉNDICE. TEORÍA ROTHBARDIANA DEL MONOPOLIO .....	97
CAPÍTULO 4. BARRERAS DE ENTRADA .....	
I. DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO .....	101
II. PUBLICIDAD .....	107
III. EFICIENCIA E INNOVACIÓN .....	109
IV. CAPITAL .....	112
V. PRÁCTICAS PREDATORIAS .....	113
VI. CONCLUSIONES .....	116
CAPÍTULO 5. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS Y ACUERDOS	
VERTICALES .....	117
I. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS .....	117
II. ACUERDOS DE ATADURA .....	122
III. LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE REVENTA .....	124
IV. ACUERDOS VERTICALES Y FUSIONES .....	125
V. CONCLUSIONES .....	126
CAPÍTULO 6. ACUERDOS HORIZONTALES: FUSIONES	
Y FIJACIONES DE PRECIOS .....	129
I. LA REGLA DE LA RAZÓN: COSTES SOCIALES .....	130
II. MERCADO RELEVANTE .....	131
III. PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y PODER DE MERCADO .....	133
IV. RESTRICCIÓN DE LA PRODUCCIÓN .....	134
V. LA REGLA DE LA RAZÓN: BENEFICIOS SOCIALES .....	134
VI. EL CASO STAPLES .....	136
VII. EL CRITERIO <i>PER SE</i> .....	137
VIII. COORDINACIÓN DE PRECIOS Y EFICIENCIA .....	137

## ÍNDICE

IX. ACUERDOS DE PRECIOS Y RESTRICCIÓN DE LA PRODUCCIÓN . .	141
X. EL CASO ADDYSTON PIPE . . . . .	142
XI. CONCLUSIONES . . . . .	144
CAPÍTULO 7. EL SISTEMA ANTIMONOPOLIO	
EN UNA SOCIEDAD LIBRE . . . . .	145
I. LIBERTAD . . . . .	145
II. EFICIENCIA SOCIAL . . . . .	147
III. COSTES Y BENEFICIOS SUBJETIVOS . . . . .	148
IV. COORDINACIÓN DE PLANES Y EFICIENCIA . . . . .	150
V. CONCLUSIONES . . . . .	151
ANEXO	
LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ANTITRUST:	
UNA CRÍTICA, por Israel M. Kirzner . . . . .	155
I. INTRODUCCIÓN . . . . .	155
II. EL SIGNIFICADO DE LA COMPETENCIA . . . . .	157
III. LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ANTITRUST . . . . .	160
IV. PODER, PROPIEDAD DE LOS RECURSOS Y ENTRADA EMPRESARIAL . . . . .	163
V. LAS HERRAMIENTAS DE LA POLÍTICA ANTITRUST . . . . .	165
VI. LA ECONOMÍA GLOBAL Y LA POLÍTICA ANTITRUST: UNA OBSERVACIÓN FINAL . . . . .	171
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS . . . . .	172