

EL ATAQUE A LA “CONCENTRACIÓN”

por Yale Brozen

(Nota del Editor: Yale Brozen, ex miembro del Consejo Académico de The Foundation for Economic Education y profesor retirado de la cátedra de Business Economics de la Universidad de Chicago, falleció el 4 de marzo de 1998. El artículo presentado a continuación es una reimpresión en homenaje a la memoria del autor, publicado en la edición de The Freeman de enero de 1979. Hoy en día, es considerado un artículo de gran actualidad por asimilarse a la demanda que mantiene el gobierno de los Estados Unidos contra la empresa Microsoft Corporation.)

Alguna vez reconocimos el gran mérito de aquellos que han creado importantes empresas a través del diseño y la manufactura de productos de gran utilidad a bajo costo y de su comercialización a bajo precio; estrategias que, sin lugar a dudas, les garantizó una impresionante cantidad de clientes. Henry Ford, en su momento, fue visto y considerado por todos como un verdadero héroe de la industria manufacturera. Sin embargo, hoy en día sería mas bien reconocido como un terrible demonio monopolizador con quien los fiscales serían totalmente intolerantes. La Ford Company de 1921, con un porcentaje del mercado automotor del 60%, sería hoy considerada una “firma dominante” y necesariamente acusada de violar las leyes antimonopolio.

Hace unos pocos años, una denuncia de monopolio fue realizada contra la empresa Du Pont por haber desarrollado un nuevo método para producir pigmentos de dióxido de titanio a muy bajo costo. Si bien en principio no habría objeción alguna por desarrollar métodos de producción de tales características, Du Pont cometió el fatal error de traspasar ese menor costo a los consumidores, con lo cual logró apropiarse del 40% del mercado, que hasta ese momento pertenecía a los demás productores nacionales. Pero esto no sería todo, además lograría aumentar su capacidad de producción a través de la construcción de una nueva planta en De Lisle, Mississippi, para poder satisfacer a una mayor cantidad de clientes dispuestos a pagar los nuevos precios. ¿Es justo imaginar que una empresa como esta deba disminuir su tamaño a partir de sus aumentos de eficiencia?. Caso contrario, y de acuerdo con la *Comisión Federal de Comercio* (FTC) estaría actuando como un monopolio. Decimos entonces que si se decidiera a respetar las leyes, debería restringir su producción en lugar de expandirse y sin lugar a dudas, elevaría sus precios.

LA CONTRADICCIÓN INTRÍNSECA DE LAS LEYES ANTIMONOPOLIO. Lo dicho anteriormente es un invento perverso de nuestro sistema legal. Si la FTC intenta controlar ante todo el cumplimiento de las leyes antimonopolio, no entiendo entonces qué es lo que éstas persiguen. Las leyes vigentes dicen: “Todo contrato, combinación o conspiración, en contra del comercio será declarada ilegal [...]”. Es decir que establecer una restricción a la producción, viola directamente la ley. Pero la FTC interpreta que Du Pont ha violado la ley porque “ha adoptado e implementado un plan para expandir su capacidad de producción interna”.¹ Todo parece indicar entonces, que la FTC considera que Du Pont infringe la ley porque apoya la expansión del comercio. ¿Es entonces el crecimiento lo que las leyes condenan como ilegal?.

He analizado las leyes antimonopolio en repetidas oportunidades y todavía no he logrado hallar el artículo que establezca que la expansión del comercio es una actividad ilegal. Siempre que alguien desarrolle mayores capacidades y las utilice para producir una mayor cantidad de productos, la cantidad de transacciones comerciales se multiplicará. No me resulta fácil de creer que Du Pont construya una nueva planta para producir dióxido de titanio tan sólo porque desea tener un bonito monumento para contemplar y tampoco creo que la FTC sería capaz de hacerlo. En suma, la FTC se queja de que Du Pont pretende producir dióxido de titanio en su nueva planta y le indica que ya tiene un número de plantas suficientes para satisfacer la demanda del 40% de los clientes nacionales. Esta “terrible violación de la ley” es la que convierte a Du Pont en un detestable “productor nacional dominante”. Posiblemente no haya nada más sano que un productor dominante, excepto en el caso de un *monopolio compartido*.

LA PROLIFERACIÓN DE MARCAS A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD “INCISIVA”. La expresión *monopolio compartido* encierra la idea de una conspiración entre distintas firmas con el objeto de monopolizar un determinado mercado y compartir las ganancias. Sin embargo no es este el significado que la FTC asigna a dicha expresión. En realidad, la FTC utiliza dicha denominación para referirse a un grupo de firmas que ha conquistado un gran porcentaje del mercado en algún tipo de producto. Hoy en día los miembros de la FTC investigan a empresas como Kellogg, General Foods y General Mills, acusadas de “compartir el monopolio” de los cereales alimenticios. Estas tres firmas han gestionado la producción y la distribución de los cereales que más atraen a los consumidores, al precio más conveniente. Por esta misma razón ya han conquistado más de tres cuartos del mercado. Éste ha sido su único delito.

¿Han impulsado estas tres firmas algún tipo de fuerza que impida a otros empresarios la libre participación en el mercado con el objeto de reducir finalmente el abastecimiento y elevar los precios?. La FTC hace oídos sordos a este cuestionamiento. En definitiva, la “aborrecible” conducta por la que han sido acusadas estas firmas consiste en intentar dar a los consumidores lo que más

¹ FTC News Summary, Abril 14 de 1978, pág. 1.

desean. Consecuentemente, la FTC esta intentando sancionar dicha notable capacidad comercial como si se tratara de un delito.

Las tres compañías cerealeras deberían haberse limitado sólo a producir *corn flakes*, sin importarles la demanda de una determinada marca o sus contenidos proteicos y vitamínicos. De todas maneras, la FTC manifiesta en su demanda, que no existen diferencias entre los distintos cereales, excepto aquella creada artificialmente en las mentes de los consumidores a través de las “incisivas” publicidades de dichas compañías.² Sin duda alguna, si las marcas ofrecidas por las tres firmas entre 1950 y 1960 no hubiesen tenido tanto éxito en el mercado, no hubiese habido ningún problema con su proliferación. Pero como estas lograron satisfacer a los consumidores y consecuentemente conquistaron un amplio sector del mercado, el problema se agravó. Esta es, en definitiva, la única falta que estas tres empresas han cometido. Que la industria de los cereales alimenticios se halla concentrado, implica que la mayoría de las ventas son realizadas por unas pocas empresas. Esa es una condición que al parecer, ni la FTC ni la *División Antimonopólica* van a tolerar jamás.

Algunos miembros de la FTC han acusado también a las ocho refinerías de petróleo más importantes de participar en un *monopolio compartido*. Se les reclama entonces que se dividan en pequeñas empresas. El mayor delito del que se acusa es entonces el de mantener una “estructura de mercado no competitiva”. Si bien la frase no ha sido aún definida con precisión por los miembros de la FTC, la “concentración” parece ser el centro del problema. El consejo que recepcionó la queja sostiene lamentablemente, que estas empresas: “[...] están bien integradas, verticalmente y con una concentración de tipo horizontal en todo nivel de la industria”.³ También afirma que las ocho: “[...] son propietarias y operan el 65% de las refinerías de petróleo crudo del mercado. Y para peor agrega: “Esta figura, comprende sin lugar a dudas la concentración, ya que las ocho firmas utilizan una mayor capacidad de refinería que otras firmas. Por lo tanto, su participación en el total de la capacidad de refinería del mercado, supera incluso su participación en el total de las ventas de productos derivados del petróleo”.

De este modo, nuevamente se acusa a los “monopolistas” de no comportarse como monopolistas. En lugar de restringir la producción total y limitar el comercio, incrementan su capacidad mucho más que sus competidores, expandiendo de este modo la producción y el comercio. Aparentemente los injustos acusadores no han advertido que son precisamente los monopolistas los que pueden obtener precios más altos por medio de la restricción del rendimiento. Una vez más la FTC no está conforme con los esfuerzos por expandir el comercio y se basa en la ley antimonopólica cuando dice que “el error de restringir el comercio” constituye la violación de la ley. La FTC acusa también a las compañías petroleras por la construcción de tuberías con el objeto de reducir los costos de transporte. Nuevamente (como en el caso del dióxido de titanio) la reducción de costos es acusada de ilegal por reflejarse posteriormente en los precios finales y maximizar la participación en el mercado. Pero en el caso de la producción petrolera, no podemos afirmar que se ha ganado una “gran” porción del mercado, ya que ninguna empresa vende más de un 10% de los productos petroleros en todos los Estados Unidos.

Estos tres casos describen perfectamente la situación actual de la doctrina antimonopolios. Desde el punto de vista legislativo, deberíamos preguntarnos si la corte optará por esta postura tan “compleja” o no⁴.

LAS LEYES ANTIMONOPOLIO JAMÁS INTENTARON FRAGMENTAR LA INDUSTRIA. En 1890, se firmó la *Sherman Act*, estableciéndose de ese modo la política federal antimonopolios, con el único propósito de beneficiar a los consumidores. En palabras del mismo senador John Sherman: “El acta se realizó con el objeto de discriminar entre actividades legales e ilegales, dado que en el primer caso la principal tendencia es la de elevar el precio a los consumidores”. Jamás se tuvo la intención de fragmentar la industria, ni de prevenir la división de una gran parte del mercado entre pocas firmas. Incluso, cuando el senador George Hoar explicó frente a la Comisión Judicial del Senado el proyecto final del plan, declaró: “cualquier hombre que se haya hecho cargo de todo un negocio porque nadie podía hacerlo mejor que él, no esta violando de manera alguna la *Sherman Act*”. Como lo ha mencionado el Profesor Robert Bork en su análisis de la historia legislativa de la *Sherman Act*: “dicho estatuto fue establecido para luchar contra los cartels, las fusiones horizontales de tipo monopolístico y toda otra táctica comercial considerada ilegítima”.⁵ Como clara y enfáticamente establece el acta: “Toda conspiración en contra del comercio será declarada ilegal”.

La reducción de costos (y por ende de precios) y el mejoramiento del producto que hace toda empresa, expande necesariamente el comercio de cualquier industria. En el pasado, cuando las firmas realizaban lo anteriormente descripto y ganaban con ello un amplio sector del mercado, jamás los jueces sostuvieron que la concentración de las ventas de unas pocas firmas o del dominio de una sola firma fuese ilegal en sí mismo. Recién en 1911, en los primeros tiempos del litigio

² FTC Docket N° 8883, Abril 26 de 1972.

³ “Complaint Counsel’s Prediscovery Statement, In the Matter of Exxon corporation” Docket N° 8934, pág. 7 a 10.

⁴ Las cortes aceptaron este retorcido punto de vista en el caso Alcoa, según Yale Brozen en “Antitrust Out of hand” (*The Conference Board Record*, volumen 11, N°2, Marzo de 1974) la postura del gobierno no prevaleció en ninguno de los casos.

⁵ Robert Bork “The Antitrust Paradox” (pág. 20, 1978).

antimonopólico, la *Standard Oil* y la *American Tobacco* fueron fraccionadas por haber sido creadas inicialmente por una gran cantidad de uniones de características monopólicas y por haberse visto envueltas en “acciones y hechos que superan notablemente la mera función de avanzar en el desarrollo del negocio por medio de los métodos tradicionales”. Sin lugar a dudas, sus defensores fallaron en la tarea de demostrar que la idea subyacente a las referidas uniones y a sus actos, era la simple maximización de la eficiencia y la expansión del comercio. Así fue como las referidas compañías quedaron sujetas a los “remedios” antimonopólicos.

LAS FIRMAS “DOMINANTES” NO CONTROLAN NI EL PRECIO NI EL ABASTECIMIENTO. Existe una importante diferencia entre *controlar* el abastecimiento de un producto y *producirlo* o venderlo obteniendo un alto porcentaje del mercado. Los “productores dominantes” (aquellos que venden la mayor parte de la producción) usualmente no controlan el abastecimiento. Consecuentemente no poseen el poder para disminuir la capacidad industrial o para imponer un precio superior al de mercado, dada la existencia de una multiplicidad de proveedores y ninguna firma realmente dominante. Por lo general, el rol de productor dominante lo ocupa la firma más eficiente del mercado (y esta capacidad resulta de su gran eficiencia al momento de satisfacer la demanda). Además, el precio de mercado es tanto o más bajo como debería serlo con una multiplicidad de productores. Cualquier intento de una empresa dominante por restringir su propio abastecimiento y de incrementar luego el precio, resulta simplemente en la expansión de la capacidad productiva de otras firmas. Incentivando así el ingreso al mercado de nuevas firmas y perdiendo inevitablemente el “dominio” inicial. En suma, una firma dominante mantendrá su posición sólo comportándose en forma competitiva. *Es decir, que la existencia de una firma dominante o de un pequeño grupo de firmas en el mismo mercado, es clara evidencia de que existe un comportamiento competitivo y no de la existencia de un monopolio.*

La referida falta de habilidad de una empresa (o grupo) dominante para controlar el abastecimiento y el precio, si bien produce la mayor parte del stock de un producto, se ve claramente analizando la industria automotriz en 1927. Desde 1921 hasta 1925, la Ford Motors Company proveyó al mercado de una cantidad de automóviles superior a la de todas las demás firmas juntas. La Ford Company era sin dudas una firma dominante. En 1927, la misma firma discontinuó el abastecimiento al mercado, cuando decidió cerrar sus instalaciones con el propósito de instalar la moderna maquinaria que requería el nuevo modelo A. Si el simple hecho de poseer un alto porcentaje del mercado implicara controlar el precio y el stock, un completo retiro de los productos debería causar un grosero incremento en el precio final. Sin embargo no fue esto lo que ocurrió cuando Ford cerró, a pesar de ser esta una empresa dominante. Pese a todas las predicciones, otras firmas incrementaron su capacidad de producción y los precios cayeron hacia 1927.⁶

Muchas otras anécdotas pueden ilustrar perfectamente el hecho de que una firma productora dominante posee escasa capacidad para influenciar sobre el precio de un producto. La American Sugar Refining Company puso en funcionamiento el 98% de su capacidad con el objetivo de refinar azúcar en la zona de Rockies, entre 1891 y 1892. A través de un recorte en su producción en 1893, los márgenes de refinación se incrementaron un 40% (lo que aumentó en un 8% el precio del azúcar). La expansión en la capacidad productiva de otras firmas provocó en 1894 un notorio descenso en los márgenes del refinamiento del azúcar, hasta alcanzar un nivel un tanto mayor que en 1891, y todo esto pese a las reducciones en la producción de la American Sugar. En 1894, un fuerte aumento de la capacidad productiva del mercado, forzó a los referidos márgenes a regresar a los niveles de 1891, reduciendo el porcentaje de mercado de la American Sugar a un cuarto de su tamaño. De todas maneras, la mencionada empresa continuó siendo la empresa dominante según la definición de la FTC, pese a haber perdido totalmente la influencia sobre el precio y la capacidad.⁷

En 1901, la recordada American Can comenzó a producir al 90% de su capacidad productiva en el negocio de las latas. Consecuentemente, sus precios ascendieron un 25%, al tiempo que perdió un tercio de su porcentaje de mercado y todo ello a pesar de producirse un crecimiento adicional en las compras y en la cantidad producida de sus competidores. En poco tiempo los precios retornaron a los niveles previos al incremento productivo.

Estos son algunos de los más exitosos casos de monopolio que he podido hallar, como los casos de la Air Line Pilots Association, la Teamsters y otros sindicatos similares.⁸ Lo que sin lugar a dudas ha quedado demostrado, es que una firma dominante deja rápidamente de influir en el mercado si aparece un precio más competitivo. En algunos casos, una firma dominante que ambiciona restringir ampliamente la producción, no posee la habilidad necesaria para obtener precios supra competitivos, ni siquiera en el corto plazo.

AUMENTANDO EL PORCENTAJE DE MERCADO. Las compañías pueden ser consideradas dominantes cuando venden un alto porcentaje de determinado producto y conservarán tal condición sólo si mantienen un precio competitivo y la eficiencia en comparación con otros oferentes. Si no alcanzan la suficiente eficiencia, rápidamente perderán participación en el mercado, a pesar de

⁶ Federal Trade Commission “Report on Motor Vehicle Industry” (Washington DC, Government Printing Office, 1939)

⁷ Richard Zerbe, “The American Sugar Refinery Company, 1887-1914: The Story of Monopoly”, Journal of Law & Economics, volumen 12, 1969, págs. 353-57).

⁸ Yale Brozen, “The Consequences of Economic Regulation” (New Guard, volumen 15, Junio de 1975).

vender a precios competitivos. Los *Cuatro Grandes* de la industria frigorífica por ejemplo, han sufrido una disminución en su participación en el mercado del 56% en 1935 (que en años anteriores fue incluso mayor) al 47% en 1947, al 38% en 1956 y al 22% en 1972.⁹ La ineficiencia relativa de los *Cuatro Grandes* se observó en la década del '20 cuando la tasa de retorno de sus inversiones cayera hasta igualar un tercio de la tasa usualmente obtenida por pequeñas compañías.¹⁰ Esta situación se mantuvo hasta 1972, año en que cayó la participación en el mercado de estas firmas a causa de su ineficiencia.

Los *Cuatro Grandes* de la industria frigorífica (o los *Cinco Grandes*, como se los llamó en los informes de la FTC de 1917) alcanzaron originalmente importantes beneficios en el mercado que comerciaban gracias a su elevada eficiencia y en particular, gracias a la implementación de métodos de elevado aprovechamiento de la materia prima. Se hicieron famosos por utilizar “absolutamente todo, excepto los mugidos...”. Obteniendo además un importante desarrollo en materia de refrigeración de productos, transporte y sistema de distribución eficaces en la manutención de la cadena del frío. Fue así como generaron un mercado de carnes frescas de bajo costo. De más está decir, que el impresionante crecimiento experimentado por estas empresas fue resultado directo de la implementación de las referidas innovaciones.

Pero una vez que sus innovaciones fueron imitadas por las demás empresas, comenzó la declinación de los *Cuatro Grandes*, caída que luego se aceleró con la mejora de las rutas comerciales y autopistas, y gracias al surgimiento de grandes empresas de transporte terrestre.

El “dominio” que los *Cuatro Grandes* ejercían, no les otorgó poder alguno para restringir la producción o controlar los precios. Mientras los grandes crecían, los mercados regionalistas experimentaban una constante declinación, ya que los carniceros debían competir con la carne fresca transportada en tren¹¹.

La FTC determinó en 1948 que se trataba de un *monopolio compartido* y acusó a Armour, Cudahy, Swift y Wilson de evidenciar “actitudes y conductas de líneas paralelas no competitivas”. Si bien sus actividades satisfacían perfectamente a los consumidores, incentivaban al mismo tiempo la hostilidad hacia los carniceros locales, tanto durante el siglo XIX como a comienzos del XX.

Mucho tiempo después que los industriales locales comenzaron a competir con los *Cuatro Grandes*, en el segundo cuarto del presente siglo, la FTC, atentando directamente contra el interés de los consumidores, hizo todo lo posible para “rescatar a aquellas indefensas doncellas” a quienes hoy día les deben haber crecido ya bigotes, y quienes sin lugar a dudas deben tener gigantescos bíceps, mucho más grandes que los que en su momento poseían los *Cuatro Grandes*. La FTC determinó que Armour y Swift debían dividirse en cinco compañías cada una y Cudahy y Wilson, en dos cada una.

¿POR QUÉ LAS FIRMAS DOMINANTES SON ATACADAS?. Los ataques a las llamadas *concentraciones*, se manifiesten estas como un “monopolio compartido” o como una “firma dominante”, se han convertido en un hecho habitual. El interrogante que surge es ¿Por qué las grandes firmas con amplia participación en el mercado no son perturbadas al inicio y luego son perseguidas durante tantos años?. No es casual que el Estado haya sufrido una severa deflación en el período que va desde 1882 a 1890, con los precios bajando hasta un 25% en ese intervalo y que el Acta Sherman haya sido sancionada en 1890. Por aquellos tiempos, fue la “salvaje” competencia la acusada de causar la declinación de los precios. Además, las economías de escala en manufactura, combinadas con una rápida declinación en los costos de transporte, llevaron a una centralización de la producción.

Desde 1867 hasta 1887 por ejemplo, la producción azucarera se duplicó, de quinientos mil a un millón de toneladas anuales y el número de refinerías decayó de 60 a 27. En el mismo período, los costos de flete ferroviario bajaron un 60%¹². Las economías de producción centralizada y la reducción de los costos del transporte, llevan a la construcción de enormes plantas que abastecen mercados establecidos en puntos lejanos a bajo precio. El mito de la “salvaje” competencia y de los precios nació bajo esta circunstancia. Las acusaciones por monopolio se reflejaron en casos de firmas dominantes como el de la Standard Oil y el de la American Tobacco, entre otras.

Un nuevo período deflacionario tuvo lugar entre 1929 y 1933 en el que los precios cayeron un 25%. Así fue como se creó un cierto resentimiento generalizado en contra de las “grandes empresas”, especialmente en contra de aquella innovación en materia de comercialización conocida como *cadena de negocios*. Las Investigaciones realizadas por el *Temporary National Economic* incentivaron aún más el odio del Estado hacia las firmas dominantes y la concentración industrial. Esto impulsó procesos legales contra supuestos monopolios como el de Acoa contra A&P, contra

⁹ Las estadísticas del año 1956 en adelante, muestran las pérdidas de porcentaje de participación en el mercado que modificara a las *Cuatro Grandes* originales, desde que Cudahy fuera desplazada por Hormel.

¹⁰ Ralph Epstein en su “Industrial Profits in the United States” (New York: National Bureau of Economic Research, 1934), muestra que por aquel año, 23 de las pequeñas empresas minoristas existentes tenían una tasa de retorno del 10%. En 1964, los *Cuatro Grandes* ganaban apenas el 3,7% mientras que cada empresa pequeña obtenía el 13,6%.

¹¹ Ambrose Winston, “The Chimera Corporation Antitrust Suits Prompt Industry Fears of New Federal Policy”, National Journal Reports, Septiembre 15, 1973, pág. 1371.

¹² El precio promedio del flete por ferrocarril cayó de 19 millones por tonelada/milla a 7,5 millones de dólares.

supuestos monopolios compartidos como el de Mother Hubbard contra las petroleras y el de la FTC contra los *Cuatro Grandes* frigoríficos. Situación que en poco tiempo se tornó moneda común.

Hoy en día muchos economistas se encuentran aún intentando encontrar a los culpables de la inflación.¹³ Por ello hemos traído a colación casos en contra de firmas dominantes como IBM, AT&T y Du Pont, y contra monopolios compartidos, como bien ha sido expuesto.

Cuando nos encontramos ante la deflación o la inflación, ambas causados por la ineptitud del gobierno al aplicar su política monetaria y fiscal, los políticos suelen culpar a alguien fuera de su entorno. El Sr. Carter nos dice en sus discursos que el gobierno no se encuentra en falta a raíz de la inflación, sino que dicho exagerado efecto tiene origen en el ámbito de los negocios.

En la era moderna en la que vivimos, hemos abandonado ciertas supersticiones como la de los colonos que colgaban a las llamadas brujas cuando estaban en problemas por motivos que ciertamente desconocían. En su lugar, en esta era tan iluminada, cuando buscamos liberarnos de alimañas como la inflación, tendemos a ridiculizar y acusar del efecto a firmas como los *Cuatro Grandes* y demás empresas no tan concentradas.

LAS PÉRDIDAS POTENCIALES DE LA DESCONCENTRACIÓN. Este deplorable comportamiento por parte de nuestros políticos y su respectiva aceptación por parte del electorado (como si se tratara de hallar alguien a quien culpar de los propios errores) sería tolerable si fuésemos tan sólo votantes con quienes entretenerse. Pero a partir de un comportamiento adecuado hay algo más: menor inflación, mayores niveles de crecimiento y mejora del nivel de vida.

Históricamente, los precios han aumentado a un ritmo más lento en aquellas industrias concentradas que en aquellas que no lo están. Entre 1967 y 1973, los precios en las industrias de mayor concentración se han incrementado a la mitad de la velocidad en comparación con el resto de las manufactureras¹⁴. De 1958 a 1965, los precios de las industrias concentradas cayeron mientras que hubo un incremento en los precios de las demás empresas. Con todo, nuestras industrias concentradas, con un récord en el manejo de la inflación y el mérito de incrementar los niveles de producción, son perseguidas por cometer maldades en la economía nacional¹⁵.

Si esta caza de brujas continúa, lo que seguirá es un verdadero desastre económico. Si desconcentramos todas nuestras industrias manufactureras, en las que cuatro firmas producen y venden más del 50% del producto, el resultado será un 20% de incremento en los costos y entre un 10 y un 15 % de aumento de los precios.¹⁶ Si Estados Unidos pretende igualar rápidamente el status de una república bananera, el ataque a la concentración contribuirá perfectamente a tal fin.

Traducción de Eneas A. Biglione y Guadalupe Barrera.

¹³ J. Cotlin. "Increased corporation Antitrust Suits Prompt Industry Fears of New Federal Policy" (National Journal Reports, Septiembre 15, 1973, pág. 1371).

¹⁴ Steven Lustgarten, "Industrial Concentration and Inflation" (Washington DC.: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1975).

¹⁵ Shirley Scheibla, "Monopoly the Villain," (Barron's, Noviembre 4, 1974, págs 9, 18-20) y "Economic Concentration: The perennial Fall Guy" (First National City Bank Monthly Economic Letter, Abril de 1972).

¹⁶ Sam Peltzman, "The Gains and Losses from Industrial Concentration," (Journal of Law & Economics, volumen 20, 1977)