

El mercado como campos: un enfoque multidimensional sobre la dinámica del mercado y su transformación en el sector de la salud en Chile

The Market as Fields: A Multidimensional Approach to the Dynamic of the Market and Its Transformation in Chile's Health Sector

Francisco Rocca^{1}*

RESUMEN

La sociología económica ha identificado cuatro dimensiones clave para analizar los fenómenos económicos: los marcos cognitivos, la cultura, las instituciones y las redes sociales. Este artículo pretende desarrollar un marco integrado que reúna estas perspectivas para examinar la organización social de los mercados y su evolución. Basándose en el concepto de campos y en la teoría de la incrustación, la primera parte del trabajo explora las interconexiones entre estas cuatro dimensiones y su papel en la configuración de la dinámica del mercado. Finalmente, se analiza cómo los agentes influyen y dirigen las transformaciones dentro de los campos del mercado, utilizando como estudio de caso el mercado de seguros de salud en Chile. La evolución de este mercado ha estado marcada por la interacción de diversos actores, cuyas tensiones e intereses han dado forma a un campo caracterizado por una estructura institu-

¹ * Sociólogo, Universidad de Chile. Correo electrónico: <francisco.rocca@ug.uchile.cl>. ORCID: <<https://orcid.org/0009-0005-3238-1869>>.

INTRODUCCIÓN

La sociología económica es una disciplina que se ha propuesto explicar los procesos económicos a partir de la relación entre las estructuras sociales y la acción individual. Ésta ofrece una perspectiva alternativa a los enfoques económicos tradicionales que se centran en las orientaciones individuales de los agentes para abordar los problemas de coordinación económica. En su lugar, la sociología económica analiza cómo las distintas dimensiones sociales, que interconectan a los agentes del mercado, contribuyen a resolver los desafíos de estabilización de las transacciones y el mantenimiento del orden social en los mercados (Beckert, 2010).

Desde esta disciplina se han identificado cuatro dimensiones sociales de interés, incrustadas en un contexto relacional y económico específico (Callon, 2008; Granovetter, 1985), para explicar los procesos económicos: los marcos cognitivos (Arthur, 2021; Beckert, 2010; Denzau y North, 1994), la cultura del mercado (Aspers, 2011; North, 2003; Sandberg, 2012; Zelizer, 2010), las instituciones (Beckert, 2010; Fligstein, 1996; Moeller y Sandberg, 2019) y las redes sociales (Beckert, 2010; Granovetter, 1985; White, 2001). La evidencia ha demostrado que estas dimensiones permiten explicar una variedad de fenómenos económicos, como la formación de precios (Beckert, Rössel y Schenk, 2014; Moeller y Sandberg, 2019), la configuración de hábitos y rutinas de intercambio (Biggart y Beamish, 2003), la reputación empresarial y el desempeño económico (Pérez y Rodríguez del Bosque, 2014), la influencia de las expectativas y narrativas en las dinámicas macroeconómicas (Beckert y Bronck, 2018) y las oportunidades de acceso al mercado laboral (Granovetter, 1995), entre otros.

En el ámbito de la sociología económica, se han realizado numerosas investigaciones que examinan cómo los marcos cognitivos, la cultura, las instituciones y las redes sociales influyen en el desempeño económico y se reproducen y transforman con el tiempo (Beckert, 2010). Sin embargo, la mayo-

ría de los estudios en esta disciplina se han enfocado en sólo una de estas dimensiones (Zelizer, 2010), o las han integrado como explicación o epifenómeno de una óptica particular (Beckert, 2010). Esta confluencia analítica ha derivado en que las diferentes dimensiones expuestas hayan sido explicadas desde enfoques separados entre sí, fragmentando el análisis de la organización social de los mercados (Beckert, 2010). Este desarrollo presenta diversas limitaciones, debido a que se puede considerar que las dimensiones sociales –marcos cognitivos, cultura, instituciones y redes–, y el contexto en el cual se incrustan, influyen simultáneamente en las dinámicas de organización de un mercado.

Este artículo profundiza en la teoría de los mercados como campos (Beckert, 2010; Fligstein, 2021), la teoría de la incrustación (Granovetter, 1985) y la teoría de los regímenes de restricciones (Juarrero, 2023), desde la sociología económica. El trabajo se desarrolla bajo la suposición de que el análisis análogo de las dimensiones sociales expuestas permite comprender elementos significativos de la organización social de los mercados. De tal manera, se sostiene que los marcos cognitivos, la cultura del mercado, las instituciones, las redes de relaciones y el contexto en el cual se incrusta el mercado son irreducibles entre sí, y una parte importante de la organización social de los mercados depende de sus interrelaciones y su entrelazamiento (Beckert, 2010; Moeller y Sandberg, 2019).

Al analizar de manera conjunta los marcos cognitivos, la cultura, las redes y las instituciones del mercado, se puede revelar cómo los procesos interpretativos de los actores, las narrativas culturales, los vínculos interpersonales, las regulaciones formales y los procesos performativos de las ciencias económicas, junto con el contexto en el cual se desarrolla el mercado, dan forma a las relaciones económicas, orientan la toma de decisiones e influyen en la organización de un mercado. Combinados, estos elementos pueden servir como punto de partida para generar un marco analítico integral que

permita comprender los procesos de organización social de un mercado y sintetizar diversas perspectivas teóricas, como las ciencias cognitivas, los estudios culturales, la economía conductual, el análisis de redes sociales y la sociología económica.

En este artículo, los campos se entienden como órdenes sociales o regímenes de restricciones locales “donde los actores se reúnen y enmarcan sus acciones unos frente a otros” (Fligstein, citado en Beckert, 2010: 606). Con base en este concepto de campo como régimen de restricciones incrustado en un contexto, con una tradición y trayectoria determinadas, se discuten las interrelaciones entre las cuatro dimensiones identificadas, su rol en la dinámica de la organización del mercado, y los procesos de toma de decisión de los agentes (Beckert, 2010; Juarrero, 2023). En la primera parte del artículo se revisan las principales teorías de la sociología económica sobre mercados, poniendo énfasis en las teorías que abordan el mercado como marcos cognitivos, el mercado como cultura, el mercado como redes y el mercado como instituciones. En la segunda parte se explora la idea del mercado como campo y su relación con los conceptos de incrustación y régimen de restricciones. Luego, se analizan las dimensiones a través de las cuales los agentes influyen y orientan las transformaciones de los campos de mercado, ilustrado con un ejemplo aplicado al caso del mercado de la salud en Chile. Finalmente, se presenta una breve discusión y conclusiones.

EL MERCADO: PERSPECTIVAS Y DIMENSIONES

Los mercados como marcos cognitivos (Arthur, 2021), los mercados como culturas (Abolafia, 1996; Sandberg, 2012; Zelizer, 2010), los mercados como instituciones (Fligstein, 1996) y los mercados como redes (Callon, 2008; White, 2001) son cuatro aproximaciones relevantes de la sociología económica en el estudio de los mercados. Sin embargo, varios artículos

recientes han cuestionado la separación de estas perspectivas en sus explicaciones sobre la organización de los mercados (e.g., Beckert, 2010; Fligstein, 2021; Hernández, 2017; Ossandón, 2015). A continuación se analizan las cuatro vertientes teóricas, sus aspectos positivos y sus limitaciones conceptuales.

LOS MERCADOS COMO MARCOS COGNITIVOS

Los análisis cognitivos del mercado se han enfocado en las interpretaciones de los agentes y sus patrones conductuales para explicar el funcionamiento del mercado (Aspers, 2009; Beckert, 2010; Fligstein, 2021). En general, el enfoque cognitivo de los mercados se ha basado en la premisa de que los aspectos fundamentales para comprender la vida social del mercado no residen en la cultura, las instituciones o las redes de relaciones que lo sostienen, sino en la organización de la experiencia e interpretaciones de los actores sobre el mercado en marcos cognitivos o modelos mentales compartidos (Arthur, 2021; Biggart y Beamish, 2003; Denzau y North, 1994; Petracca y Gallagher, 2020). De acuerdo con la evidencia, estos marcos o modelos mentales permiten explicar la coordinación de los intercambios, la estabilidad de los entornos económicos, la reducción de la incertidumbre en las transacciones y, en última instancia, la organización social del mercado (Denzau y North, 1994; Petracca y Gallagher, 2020; Schotanus, 2022).

Según esta teoría, los marcos cognitivos moldean las percepciones de los actores del mercado, influyendo en cómo procesan, almacenan y utilizan esta información. Mediante estos marcos, los actores organizan su experiencia en el mercado a partir de relaciones esperadas, comprensiones comunes y respuestas adecuadas al entorno (Beckert, 2010; Petracca y Gallagher, 2020). Esto les permite formar patrones de conducta habituales, expectativas mutuas y utilizar esquemas basados en la comprensión de la conducta típica de otros

actores y en experiencias pasadas para coordinar transacciones económicas (Biggart y Beamish, 2003). En este sentido, la habilidad de los actores para interpretar sus situaciones, construir cursos de acción e innovar en las rutinas existentes ayuda a producir el orden del mercado (Arthur, 2021; Beckert y Bronk, 2018).

Aunque esta visión permite analizar las orientaciones de los actores, su comprensión cognitiva sobre su funcionamiento, así como hacer más explícitas sus limitaciones cognitivas y sociales en el mercado (Beckert, 2010), ha sido objeto de críticas por parte de varios autores. Entre las principales observaciones destacan la falta de articulación entre los componentes agenciales y estructurales del mercado (Beckert, 2010), y la tendencia a subsumir la organización del mercado en los procesos cognitivos de los actores (Aspers, 2009; Fligstein, 2021).

LOS MERCADOS COMO CULTURAS

A diferencia del enfoque cognitivista, las perspectivas culturalistas han considerado la cultura como el eje fundamental para comprender los resultados económicos del mercado (Abolafia, 1996; Aspers, 2011; Dequech, 2003; Roos y Reccius, 2023). De acuerdo con este planteamiento, la cultura del mercado, entendida como las ideas sobre qué es el mercado y cómo se comportan normalmente los actores cuando operan en éste, constituye la base para la coordinación de los intercambios (Zelizer, 2010). Esta cultura del mercado se desarrolla a través de las interacciones sociales, estableciendo estándares de comportamiento esperados, criterios de legitimidad compartidos, convenciones y normas que contribuyen a la estabilidad de los intercambios (Dequech, 2003). Al mismo tiempo, facilita la alineación de los intereses y preferencias individuales con los incentivos estructurados en el mercado, mediante el autocontrol y la aplicación de sanciones mutuas (Aspers y Dodd, 2015; Beckert, 2010; North, 1990).

El enfoque del mercado como cultura subraya la importancia de la dimensión cultural en el mercado y su papel en la perpetuación de las orientaciones normativas y cognitivas de los actores, a través de procesos de socialización y sanciones. Esta cultura opera como un marco regulador que explica la estabilidad de los intercambios y orienta las decisiones individuales al alinearlas con los intereses colectivos y las estructuras de incentivos del mercado (Beckert, 2010). Sin embargo, una crítica recurrente a esta perspectiva es que no se ha prestado suficiente atención a los esquemas cognitivos individuales de los actores ni a la influencia que su posición en el mercado tiene en los resultados económicos (Mische, 2011).

LOS MERCADOS COMO INSTITUCIONES

La tradición institucional en la sociología económica ha investigado la organización de los mercados a partir de normas formales establecidas por el Estado, las cuales regulan y limitan las acciones de los agentes económicos (Moeller y Sandberg, 2019). Según esta perspectiva, las instituciones, como las estructuras de gobierno, las reglas de intercambio y los derechos de propiedad, son fundamentales para la creación y funcionamiento de los mercados (Fligstein, 1996). Estas instituciones establecen los procedimientos y normativas que los actores deben seguir al participar en las transacciones, y configuran los incentivos y limitaciones que enfrentan los actores en el mercado, influyendo en sus estrategias y decisiones (North, 1990).

Al mismo tiempo, desde este enfoque se ha planteado que el Estado desempeña un papel central en el establecimiento, mantenimiento y aplicación de estas normas e instituciones. A través de políticas públicas, legislación y mecanismos de control, el Estado puede influir directamente en la estabilidad y eficiencia de los mercados (Fligstein, 1996). Por ejemplo, el Estado puede proteger los derechos de pro-

piedad mediante un sistema judicial confiable, fomentar la competencia estableciendo regulaciones antimonopolio efectivas, o intervenir para corregir fallas de mercado, proporcionando bienes públicos y garantizando la redistribución de recursos (Beckert, 2010).

En definitiva, la visión institucionalista reconoce que los mercados no son simplemente mecanismos de oferta y demanda que operan de manera aislada, sino sistemas complejos influenciados por una variedad de factores institucionales (Moeller y Sandberg, 2019; North, 1990). No obstante, una crítica importante a esta perspectiva ha sido la falta de consideración del rol de las redes sociales y las instituciones informales, como la cultura, en la difusión de información, el posicionamiento de los actores y la reducción de la incertidumbre en entornos económicos volátiles (Beckert, 2010).

LOS MERCADOS COMO REDES

En otro orden de ideas, desde la perspectiva del mercado como redes, los análisis se han concentrado en la estructura de las relaciones sociales del mercado, destacando el papel de los vínculos sociales reales entre los actores como medios para llevar a cabo transacciones, mejorar el rendimiento económico y reducir la incertidumbre en el mercado (Aspers y Dodd, 2015; White, 2001). Generalmente, este tipo de análisis ha explicado las cogniciones y la cultura del mercado como un producto de la estructura de relaciones, centrándose en la “fuerza de los lazos de los actores, el grado de centralidad, la posición en el mercado y la densidad de las estructuras de relaciones sociales en las que están situados” para explicar los resultados económicos (Aspers y Dodd, 2015: 232).

Los análisis de redes sociales también han explicado la organización del mercado al interpretar las redes como conductos por los cuales circula y se moldea la cultura de un mercado (Mische, 2011; White, 2001). De acuerdo con

esta visión, las redes se entienden como redes de significado, las cuales ejercen su influencia sobre los actores a partir de una determinada estructura de relaciones sociales, y articulan al mercado socioculturalmente dentro de esta estructura (Beckert, 2010; Hernández, 2017). El mercado se visualiza entonces como una red de significados e información, donde los actores asumen roles e identidades específicas según su posición en el mercado (White, 2001). A través de estas redes, los actores pueden canalizar sus orientaciones, intereses y normas para estabilizar sus interacciones y perpetuar el orden del mercado de un período a otro (White, 2001).

Esta dimensión permite entender los modelos específicos de intercambio que se manifiestan en un mercado y su impacto en los resultados económicos (Hernández, 2017). Sin embargo, desde diversas perspectivas se ha argumentado que este tipo de análisis puede simplificar la complejidad del mercado al enfocarse excesivamente en las relaciones sociales y no considerar otras dimensiones igualmente importantes, como la cultura, las instituciones o los marcos cognitivos (Beckert, 2010; Mische, 2011).

EL MERCADO COMO CAMPO:

LA IRREDUCTIBILIDAD DE LAS DIMENSIONES

Si bien los diferentes enfoques revisados demuestran ser adecuados para analizar exhaustivamente una dimensión concreta del mercado, al dar prioridad a una sobre las demás, éstas tienden a volverse indistinguibles entre sí (Beckert, 2010). En general, estas perspectivas no han explorado a fondo la interconexión de las diversas dimensiones sociales ni su carácter irreducible e interdependiente. Esta parcelación teórica limita la comprensión de las dinámicas del mercado y su conexión con las múltiples dimensiones del contexto social en el que está inmerso.

La irreductibilidad de estas dimensiones ha sido reconocida en mayor profundidad por el enfoque del mercado como campos (Beckert, 2010; Bourdieu, 2023; Fligstein, 2021). En esta perspectiva, el mercado se analiza como “un espacio de competencia y de poder, en el cual los actores se imponen unos sobre otros, estructurando jerarquías” (Hernández, 2017: 81). Asimismo, se considera las redes sociales del mercado y su carácter cultural, político y cognitivo como elementos irreductibles y en constante interrelación (Fligstein, 2021; Hernández, 2017). Según esta visión, cada una de las dimensiones mencionadas contribuye a la organización social del mercado y proporciona los fundamentos para la coordinación de los intercambios, formando un espacio relacional que establece las posiciones de los actores y los entrelaza en el campo (Beckert, 2010).

Este artículo adopta el enfoque del mercado como campos, pero se aparta de la conceptualización desarrollada por Beckert (2010) o Fligstein (2021), optando en su lugar por profundizar en su alcance mediante la teoría de regímenes de restricciones (Juarrero, 2023) y la teoría de la incrustación (Granovetter, 1985). Esta elección analítica se justifica debido a la falta de atención al contexto de incrustación territorial y económica del mercado en las teorías previamente mencionadas. Se argumenta que estas teorías presentan limitaciones para analizar las dinámicas sociales de organización y cambio de los mercados, especialmente en lo que respecta a la comprensión de las *variedades del capitalismo* (Hall y Soskice, 2001). La diferenciación de los mercados según el territorio, así como las identidades, prácticas y entendimientos que los actores movilizan en el mercado desde las diversas redes y mundos sociales en los que participan, son elementos fundamentales para explicar la acción económica y la organización del mercado.

La teoría de la performatividad de las ciencias económicas (Callon, 2008), la teoría de los focos sociales (Lomi y Stadtfeld, 2014) y varios estudios sobre economías periféricas e

informales han señalado que las estructuras de distribución en un mercado pueden estar influenciadas por diversos factores geográficos, sociales y económicos en un momento dado (Falabella, 2023). Esto incluye aspectos como las características urbanas y culturales de un territorio (Falabella 2023), las particularidades socioculturales, relacionales y políticas de la clase empresarial nacional (Bril Mascarenhas y Madariaga, 2019; Ruiz, 2020), las características educativas de la población (Méndez y Gatica, 2023), y las decisiones políticas y comerciales del Estado (Bril Mascarenhas y Madariaga, 2019), entre otros.

Por ejemplo, al observar el contexto latinoamericano se puede plantear que existen desigualdades en la forma en que diversos territorios se acoplan, “desde sus propias realidades históricas e institucionales, al mercado global” (Hernández, 2017: 99). Como indicó Falabella, el proceso de construcción del mercado, por agentes que se articulan, lo organizan y crean institucionalidad, formal e informal, se caracteriza siempre por “una hegemonía y estilo peculiar en cada caso” (Falabella, 2000: 4). Estos elementos reflejan la identidad propia de una zona y la capacidad de sus actores para desarrollar distintos órdenes económicos locales (Fligstein, 2001). En este sentido, los mercados también pueden ser producto de su contexto territorial (Sandberg, 2012).

La crítica a las perspectivas reduccionistas –cognitivistas, culturalistas, institucionalistas y de redes– y a la teoría de los campos no sólo se dirige contra su carácter incompleto, el cual puede derivar en un determinismo estructural (Beckert, 2010), sino también se critican los enfoques que han estandarizado la emergencia, el desarrollo y la organización de los mercados a lo largo del globo, los cuales comprenden al mercado como una entidad abstracta y sin historia, desconociendo la existencia de diferentes tipos de organizaciones y sociedades de mercado (Hernández, 2017).

Con el propósito de conceptualizar sistemáticamente las influencias e interrelación dinámica de las cuatro dimensiones expuestas, y considerar los efectos del territorio en las dinámicas de organización del mercado, en este artículo se separaron analíticamente los marcos cognitivos, la cultura, las instituciones, las redes de relaciones, y se consideró el contexto territorial y económico en el cual se incrusta un mercado para explicar su organización. De esta manera, los mercados pueden comprenderse como estructuras sociales complejas y dinámicas, basadas en interacciones repetidas entre compradores y vendedores en un espacio relacional específico, donde los actores configuran mutuamente sus acciones y estructuran jerarquías (Aspers, 2009; Zelizer, 2010). Los fenómenos económicos del mercado, aunque en parte autónomos, son interdependientes de un sistema de significados, habilidades sociales y de las estructuras institucionales y relacionales de un espacio social determinado (Fligstein, 2001; Zelizer, 2010). Desde este punto de vista, se entiende que las relaciones sociales asentadas en la economía se sitúan en un contexto multidimensional donde convergen todos los aspectos propios del quehacer humano. Estos planteamientos se pueden sintetizar en dos supuestos. Primero, la acción económica está incrustada en la estructura social y otras variantes, como los procesos políticos, las prácticas culturales y los marcos cognitivos de los actores (Aspers y Dodd, 2015; Beckert, 2010). Segundo, el sistema económico está incrustado en la sociedad (Granovetter, 1985).

Por otra parte, en lo concerniente a la idea de agencia en la teoría de campos, ésta se encuentra incorporada en la relación entre el agente, la estructura del mercado y su regulación. En este sentido, la toma de decisiones y el cálculo de los actores se comprende como la manifestación del *régimen de restricciones* del campo operando a través del actor y su red de relaciones (Juarrero, 2023). Con el propósito de participar de las transacciones, el actor debe estar acoplado

a la tradición y el espacio de la práctica del mercado. El campo del mercado, como marcos cognitivos, cultura, redes sociales, instituciones e influencias territoriales, opera como un régimen de restricciones que orienta las posibilidades de acción de los agentes, quienes enactúan la tradición del mercado para estabilizar las transacciones (Fligstein, 2001). Por lo tanto, las decisiones, predicciones y expectativas de los agentes se encuentran conectadas al camino evolutivo del mercado, sus redes, instituciones y su contexto, en un proceso dinámico de *reciprocidad histórica* (White, 2001). Según este enfoque, la agencia se puede reinterpretar como un patrón de conducta emergente incrustado en un contexto determinado, codefinido por la trayectoria y la tradición del mercado.

De esta manera, el campo del mercado, sus dimensiones sociales y el contexto en el que se encuentran incrustados se entrelazan para orientar la organización del mercado; y su configuración específica determina las oportunidades disponibles para cada actor dentro del campo en un momento dado (Beckert, 2010; Juarrero, 2023). Al definir las posibilidades y restricciones de los agentes, así como los criterios de legitimidad del mercado, cada una de las dimensiones analizadas contribuye a la organización social de las interacciones en el mercado y permite explorar las interrelaciones entre estas dimensiones desde un marco analítico común.

La figura 1 ilustra las interacciones entre las distintas dimensiones de la organización social del mercado. En primer lugar, los marcos cognitivos orientan las interpretaciones que los actores del mercado realizan para influir en su funcionamiento con base en cogniciones socialmente ancladas (Beckert, 2010; Fligstein, 2001). Estos marcos permiten a los actores filtrar, categorizar y utilizar la información del entorno para organizar sus experiencias y coordinar sus acciones en el mercado (Biggart y Beamish, 2003). Los marcos cognitivos también ayudan a los acto-

res a entender sus objetivos en el mercado y a construir relaciones con otros actores (Beckert, 2010). Esta capacidad interpretativa permite la selección y aplicación de estrategias legítimas, contribuyendo al orden del mercado. Según la evidencia, los actores cuyos marcos de acción, estrategias y rutinas se alinean con los marcos predominantes en el campo pueden ganar legitimidad e influir en la difusión de disposiciones y narrativas que induzcan la cooperación, la posición de los actores en el campo y la distribución del poder en el mercado (Beckert, 2010; D'Andreata *et al.*, 2016; Fligstein, 2001).

En segundo lugar, la cultura en el mercado proporciona un conjunto de significados compartidos, como valores, normas, convenciones, procedimientos y códigos, que desempeñan un papel central en la dinámica económica. Estos elementos culturales pueden utilizarse para reducir la incertidumbre en los intercambios y estabilizar las expectativas de los actores, facilitando así la coordinación de las interacciones comerciales (Aspers y Dodd, 2015; Zelizer, 2010). La cultura del mercado ayuda a hacer calculables las interacciones sociales al proporcionar un marco común de referencia para evaluar riesgos y beneficios, generar previsibilidad para tomar decisiones informadas, e interpretar las acciones de los demás actores de manera coherente. Por ejemplo, las convenciones sobre precios y calidad de los productos ayudan a los compradores y vendedores a negociar y acordar transacciones de manera eficiente; y las expectativas compartidas sobre la conducta ética en los negocios pueden minimizar el riesgo de fraudes y abusos, fomentando un entorno de confianza y cooperación (Aspers y Dodd, 2015; North, 1990).

En tercer lugar, los marcos institucionales configuran la estructura social básica en la cual se desarrolla el mercado, y definen el conjunto de oportunidades disponibles para los actores en el intercambio (Beckert, 2010; Dequech, 2003; Fligstein, 2021). Estos marcos institucionales incluyen le-

yes, regulaciones, normas y prácticas que establecen las reglas del juego para las interacciones económicas. La regulación institucional desempeña un papel crucial al facilitar, motivar y configurar incentivos, prácticas y nichos de mercado específicos en los que pueden operar los distintos actores. Por ejemplo, las políticas gubernamentales, los marcos regulatorios y las normas legales determinan las condiciones bajo las cuales se realizan las transacciones, influyen en las oportunidades disponibles y afectan el atractivo de ciertos mercados para los inversores y emprendedores (Fligstein, 2021).

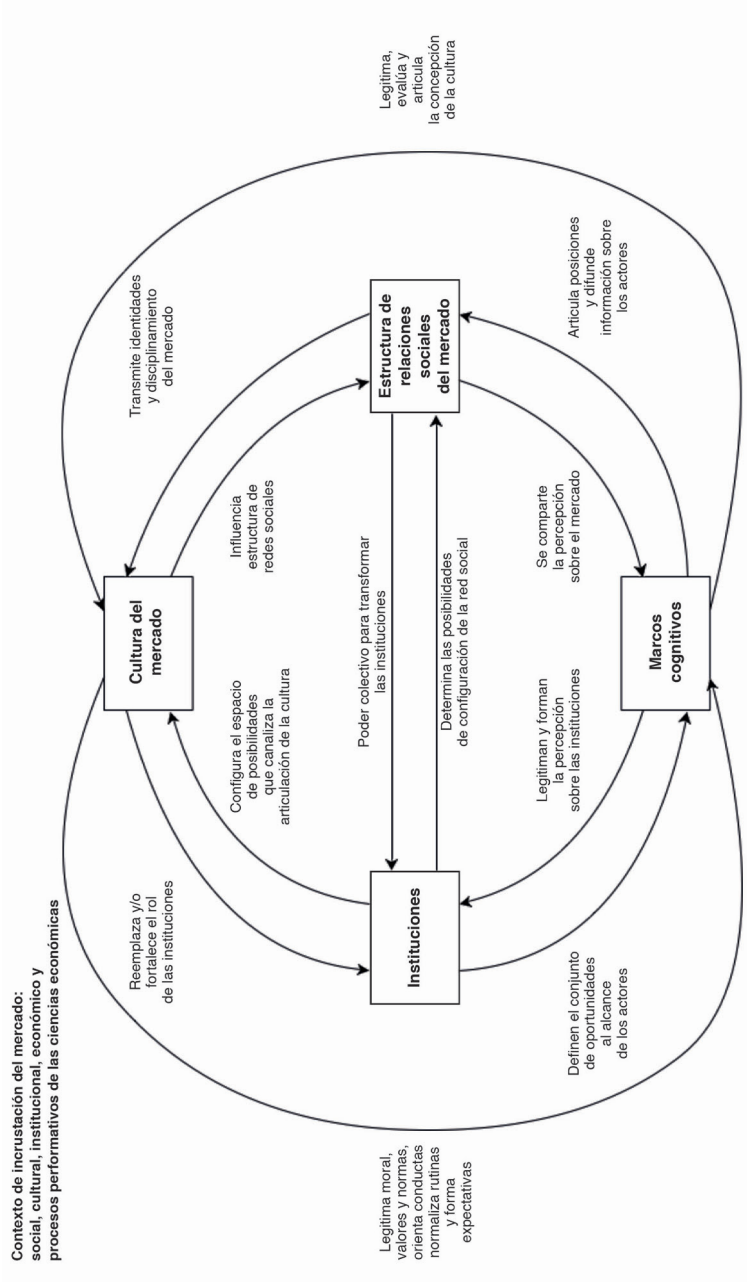
Por último, la estructura de relaciones sociales del mercado refleja las interacciones reales entre vendedores, compradores y productores (White, 2001). El posicionamiento de los actores dentro de estas redes influye de manera fundamental en los resultados económicos del mercado (Aspers y Dodd, 2015). En tal sentido, el lugar específico que ocupa un actor en el campo de mercado puede brindar tanto oportunidades como riesgos, dependiendo de su posición relativa a otros actores. Diversas investigaciones han señalado que los actores bien posicionados pueden acceder a mejores recursos, información y apoyo, mientras que aquellos en posiciones menos favorables enfrentan mayores desafíos y limitaciones (Aspers y Dodd, 2015; Beckert, 2010; White, 2001). Además, la posición en la red no sólo afecta el rendimiento económico individual, sino también la capacidad de influir en la estructura y dinámica del mercado en general. Por ejemplo, aquellos con conexiones más amplias y estratégicas pueden promover cambios en las normas e instituciones del mercado, lo que puede reforzar tanto su propia posición como la de sus aliados (Beckert, 2010).

El reconocimiento conjunto de estas dimensiones permite comprender las dinámicas de estabilización del campo de mercado. Este entendimiento hace posible analizar las relaciones, competencias y recursos que los actores

valoran y obtienen en función de su posición en un campo determinado (Beckert, 2010; Christensen, 2023). En este sentido, las posiciones y la estructura de la red de relaciones influyen en las posibles transformaciones institucionales, y definen las identidades, percepciones y estrategias legítimas en un mercado; las instituciones determinan las posibilidades de constitución de las redes de relaciones y definen el conjunto de posibilidades al alcance de los actores del mercado; los marcos cognitivos influyentes en el campo pueden legitimar o disputar las instituciones y la concepción de la cultura del mercado; y la cultura permite legitimar los valores y normas que orientan la conducta de los actores individuales, influye en la formación de expectativas, puede reemplazar o fortalecer el rol de las instituciones formales, e incide en la estructura relacional de un determinado mercado.

La interacción dinámica e irreductible de estas dimensiones genera tensiones internas que revelan la estructura subyacente de las relaciones sociales del mercado, así como las fuerzas que presionan por mantener o transformar su organización (Beckert, 2010; Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019). El cambio en una de estas dimensiones puede desencadenar transformaciones en otras, abriendo nuevas oportunidades de reconfiguración del campo (Beckert, 2010; Christensen, 2023). En conjunto, estas dimensiones constituyen el campo de mercado, definiendo la posición de los actores y sus interrelaciones. Al considerar la interrelación dinámica e irreductibilidad de los marcos cognitivos, la cultura, las instituciones y las redes, se argumenta que los cambios en la organización de los mercados se pueden generar a partir de transformaciones en una o varias de estas dimensiones simultáneamente, las cuales producen variaciones en las posiciones de poder de los agentes en el campo, reestabilizando el orden del mercado (Juarrero, 2023).

Figura 1
DINÁMICA DE LOS PROCESOS DE ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL MERCADO



En la siguiente sección se discuten las diferentes interrelaciones e influencias mutuas de las dimensiones. La discusión se basa en el análisis de regularidades identificadas en diversas investigaciones sobre la organización social del mercado de seguros de salud en Chile. Se analiza el caso de Chile como un “caso extremo de economía basada en el mercado” (Hernández, 2017: 80). En general, la economía chilena se ha distinguido por ser un sistema de mercado profundamente jerarquizado y segmentado, con predominio del capital privado, y una estructura económica concentrada en grupos económicos específicos (Hernández, 2017). El análisis de casos como el de Chile contribuye a la comprensión de la influencia de una trayectoria histórica de desarrollo y tradición en el contexto de un tipo específico de sociedad de mercado (Falabella, 2000, 2023).

ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL MERCADO, EL CASO CHILENO: INCRUSTACIÓN, INSTITUCIONALIDAD Y ECONOMÍA

De acuerdo con diversos autores (Hernández, 2017; Huneus y Undurraga, 2021; Undurraga, 2016), Chile se presenta como “un caso extremo de economía basada en el mercado con un trasfondo en la economía neoliberal y una estructura económica concentrada en una élite altamente interconectada” (Hernández, 2017: 80). Después de la transformación neoliberal desarrollada durante la dictadura de Augusto Pinochet se desmantelaron las reformas sociales y económicas de los gobiernos del Frente Popular (1938-1946), la Democracia Cristiana (1964-1970) y la Unidad Popular (1970-1973), y se implementó una estrategia de desarrollo nacional orientada al mercado abierto y las exportaciones (Hernández, 2017; Huneus y Undurraga, 2021; Ruiz, 2020; Solimano y Zapata Román, 2024). Este cambio en la estrategia de desarrollo, junto con otras transformaciones económicas implementadas durante el régimen militar, propició la expansión de las lógicas

de mercado a todas las dimensiones de la sociedad chilena, y la reducción del rol e incidencia del Estado en materias de regulación social y económica (Falabella, 2023; Huneus y Undurraga, 2021; Solimano y Zapata Román, 2024). El gobierno militar asentó las ideas de Estado mínimo y del libre mercado en la sociedad por medio de una serie de reformas cuyo propósito principal fue la desarticulación y atomización social, la reducción del rol estatal y la primacía del mercado como mecanismo de asignación de recursos (Ffrench Davis, 2003; Huneus y Undurraga, 2021).

El sistema económico desarrollado durante la dictadura no sufrió grandes modificaciones durante la transición a la democracia. En los gobiernos de la Concertación (1990-2010; 2014-2018) y los posteriores gobiernos de Piñera (2010-2014 y 2018-2022), se mantuvieron y profundizaron las bases del sistema económico heredado (Huneus y Undurraga, 2021; Solimano y Zapata Román, 2024). Durante este período, se intensificaron los mecanismos de mercado en diversos servicios sociales y la privatización de compañías públicas, se mantuvo el rol del Estado subsidiario y se legitimó la posición de las élites empresariales y de las redes de empresarios influyentes desde la dictadura en diversas esferas de la sociedad (Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019; Hernández, 2017; Huneus y Undurraga, 2021).

En este marco, tampoco se ha implementado una nueva legislación laboral ni políticas antimonopolio efectivas que regulen los sectores de la economía nacional dominados por los grandes conglomerados económicos (Falabella, 2023; Solimano y Zapata Román, 2024). Por el contrario, el poder empresarial, en conjunto con la institucionalidad, ha consolidado una agenda favorable a sus intereses, bloqueando reformas laborales (Falabella, 2023), tributarias (Fairfield, 2010) y de diversos mercados de servicios públicos, como pensiones, transporte y energía (Ossandón y Ureta, 2019). Como resultado, a lo largo de los gobiernos democráticos, el sistema neoliberal impuesto durante la dictadura se ha fortalecido y legitimado.

Actualmente, la sociedad chilena se estructura en torno a soluciones de mercado, basadas en el saber experto, la hegemonía económica y la subordinación de las decisiones políticas y ciudadanas a la esfera privada del mercado (Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019; Ossandón y Ureta, 2019). Los mercados, a su vez, están profundamente arraigados en el legado de las reformas neoliberales y en la persistencia del régimen autoritario, lo que no sólo ha moldeado las políticas económicas, también ha institucionalizado los principios del neoliberalismo, consolidado redes empresariales de alta concentración de poder y legitimado la primacía de las lógicas del mercado en la organización social y económica del país (Fabelabla, 2023; Undurraga, 2016).

Asimismo, la influencia de los grupos económicos ha trascendido la esfera estrictamente mercantil, permeando la formulación de políticas públicas, la regulación estatal y la configuración de estructuras institucionales que condicionan las posibilidades de cambio (Fairfield, 2010; Undurraga, 2016). En este sentido, los mercados en Chile no operan de manera autónoma ni responden exclusivamente a dinámicas económicas endógenas, sino que están incrustados en un entramado donde convergen estructuras económicas y relacionales, dinámicas institucionales y procesos culturales específicos. Los mercados en Chile operan en un contexto donde la estructura de poder institucional, la primacía del capital privado y la consolidación de élites empresariales con una alta concentración económica definen sus límites y posibilidades, al mismo tiempo que orientan las expectativas y prácticas económicas de la sociedad.

Este contexto articula un escenario atractivo para analizar la estructura y dinámica del mercado, así como los aspectos históricos, cognitivos, culturales, institucionales y relacionales vinculados a su funcionamiento y evolución. Tomando el mercado de seguros de salud en Chile como ejemplo, se exploraron diversas cuestiones en las que este caso puede enriquecer el debate sociológico sobre los mercados y la teoría de los mercados como campos.

EL MERCADO DE LA SALUD EN CHILE:

LA INTERRELACIÓN DE IDEAS, CULTURA, INSTITUCIONES Y REDES

En Chile, el mercado de salud integra actores públicos y privados en la prestación y financiamiento de servicios. En el sector público, el Sistema Nacional de Servicios de Salud (SNSS) ofrece los servicios, financiados por el Fondo Nacional de Salud (FONASA), que distribuye los recursos solidariamente según el nivel socioeconómico del usuario y el tipo de atención. En el sector privado, las clínicas brindan los servicios, financiados por las Isapres mediante contratos con los usuarios, cuyo propósito es ofrecer o financiar servicios de salud y actividades relacionadas (Plaza y Aguilera, 2024).

La emergencia y evolución del mercado de seguros de salud en Chile ha sido el resultado de la interacción de un amplio conjunto de agentes, incluidos actores institucionales, reguladores, legisladores, movimientos sociales y dirigentes empresariales, entre otros (Ossandón, 2015). Este contexto relacional ha dado lugar a un mercado cuyas características reflejan tanto las influencias y tensiones de estos diversos actores como las prioridades y desafíos específicos que enfrenta cada uno de ellos, además de las particularidades del contexto chileno.

LA INFLUENCIA INSTITUCIONAL EN LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

El régimen institucional en Chile ha sido fundamental en la organización y desarrollo del mercado de la salud, especialmente desde la implementación de la Constitución de 1980, que estableció el derecho a la protección de la salud, delimitó los derechos de propiedad individual y definió un marco de competencia regulada para el sector (Benavides, Castro y Jones, 2013; Ossandón, 2015). La institucionalización de los principios económicos propuestos en *El Ladrillo* promovió un conjunto de disposiciones neoliberales diseñadas para fortalecer la industria privada de la salud, impulsando la privatización y la libre elec-

ción como mecanismos clave para mejorar la eficiencia y la efectividad en la gestión de los servicios de salud (PNUD, 2024).

Durante la dictadura se implementaron medidas como la creación de las Instituciones de Salud Previsional (Isapres), que desde entonces compiten con el Fondo Nacional de Salud (FONASA) en la organización del mercado. Además, se estableció una cuota mensual obligatoria del 7 por ciento para trabajadores y pensionados, destinada a las Isapres o FONASA, asegurando así la reproducción y expansión del mercado en sus fases iniciales (PNUD, 2024). Con el retorno a la democracia se introdujeron nuevas normativas para regular el mercado, abordando fallas como las altas barreras de entrada, la discriminación de usuarios y la competencia limitada entre aseguradoras privadas (Franco Giraldo, 2014). Como parte de estas iniciativas, en 1990 se creó la Superintendencia de Isapres (actualmente Superintendencia de Salud) para supervisar los aspectos jurídicos y financieros de las aseguradoras (González, Castillo Laborde y Matute, 2019).

Durante la década de 2000, las reformas institucionales continuaron modificando las condiciones del mercado, enfocándose en reducir la discriminación, promover la competencia y mejorar la transparencia del sistema. Estas reformas no sólo ajustaron el mercado a las demandas ciudadanas, también aseguraron su sostenibilidad a largo plazo, consolidándolo como uno de los más rentables del país durante las décadas de 1990 y 2000 (Benavides, Castro y Jones, 2013; Gattini, 2018; Debrott, 2023; Ossandón, 2015). En este sentido, es posible plantear que la influencia del régimen institucional ha sido decisiva en la emergencia, evolución y estabilización del mercado de la salud en Chile.

LA INFLUENCIA DE LOS MARCOS COGNITIVOS EN LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

El mercado de la salud en Chile no sólo evolucionó en términos de cambios institucionales, sino que fue moldeado por un

marco ideológico más amplio que permeó todas las esferas de la sociedad durante y después del régimen autoritario. La refundación del país en la década de 1980 no se limitó a una simple reestructuración económica, implicó además una transformación profunda en los marcos cognitivos que orientan la vida social, política y económica del país (Solimano y Zapata Román, 2024).

En este contexto, el pensamiento de los *Chicago Boys* desempeñó un papel crucial. Estos economistas, entrenados en la escuela de economía de la universidad de Chicago, trajeron consigo una serie de ideas monetaristas que defendían la preeminencia del mercado como el mecanismo más eficiente para la asignación de recursos y la organización de la sociedad. Bajo su influencia, Chile adoptó una variedad de capitalismo neoliberal que además de afectar las políticas económicas redefinió el rol del Estado, la forma en que se entendían los derechos sociales y la estructura del mercado de la salud (Ossandón y Ureta, 2019).

La implementación de estas ideas resultó en que la economía fuera considerada el pilar fundamental de la articulación social en Chile (Ossandón y Ureta, 2019; Solimano y Zapata Román, 2024). Las decisiones políticas y sociales comenzaron a ser guiadas por principios económicos, priorizando la eficiencia, la competencia y la elección individual sobre otras consideraciones como la equidad y la solidaridad. Esto no sólo transformó las instituciones del país, también sedimentó una cultura institucional en la que la economía se erigió como la principal directriz de la política pública (Falabella, 2023; Ossandón y Ureta, 2019).

El mercado de la salud no fue ajeno a esta transformación. Las ideas monetaristas permearon todas las dimensiones del sector, desde la organización y financiamiento hasta la regulación y evaluación de los servicios. Los economistas, convertidos en actores clave del mercado, desempeñaron un rol central en su configuración, ya sea como expertos en políticas públicas, consultores o reguladores estatales (Bril Masca-

renhas y Madariaga, 2019; Huneeus y Undurraga, 2021). Su influencia se hizo evidente en las reformas implementadas, las cuales priorizaron la eficiencia en la asignación de recursos y los principios del *public choice* o la elección pública, que sostiene que las decisiones públicas deben basarse en la maximización de los intereses individuales (Franco Giraldo, 2014; Ossandón, 2015).

Las reformas del mercado de la salud desarrolladas en este período estuvieron marcadas por el predominio de marcos cognitivos economicistas. Esta visión se centró en la gestión eficiente del mercado, promoviendo la competencia entre proveedores de servicios de salud y favoreciendo la participación del sector privado. En este modelo la salud comenzó a ser tratada como un bien económico, y el acceso a los servicios sanitarios se vinculó estrechamente con la capacidad de pago de los individuos. En última instancia, el predominio de marcos cognitivos economicistas ha consolidado un sistema en el que la lógica del mercado y los principios económicos han moldeado las políticas de salud y la manera en que la sociedad chilena concibe el derecho a la salud y la provisión de servicios sanitarios (Franco Giraldo, 2014; Ossandón y Ureta, 2019).

LA INFLUENCIA DE LA CULTURA EN LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

Este enfoque no ha estado exento de problemáticas. En la práctica, el funcionamiento y la cultura del mercado se encuentran alejados de los presupuestos teóricos de eficiencia, libre elección y competencia que lo organizaron. La sedimentación de prácticas oportunistas y distorsiones en el mercado ha legitimado un conjunto de formas operativas que, al consolidarse, han generado una cultura propia del mercado que ha impactado negativamente en la eficiencia del sistema, el bienestar de los usuarios y en el proceso de organización y funcionamiento del mercado (Gattini, 2018; Goic, 2015; Titelman, 2000).

En primer lugar, se han identificado problemas de asimetría de información debido a la sobreproducción de pólizas de seguro disponibles, una práctica empresarial recurrente que ha limitado la capacidad de los usuarios para tomar decisiones informadas. Dichas asimetrías también constituyen una importante barrera de entrada para nuevos actores al mercado, desincentivan la competencia de los incumbentes y derivan en altos costos de búsqueda para los usuarios (PUCV, 2012).

En segundo lugar, la libre determinación de los precios por parte de las Isapres ha llevado a su uso como mecanismo de diferenciación de pólizas y segmentación de mercado. Esta diferenciación, junto con la normalización de los acuerdos verticales entre aseguradoras y prestadores de servicios, ha reducido la competencia en el mercado al crear un entorno de asociación que canaliza a los consumidores hacia proveedores específicos. Además, las utilidades de las aseguradoras se han correlacionado con la discriminación basada en riesgos (Cruz, 2023; Gattini, 2018; Goic, 2015; Titelman, 2000). Como consecuencia, los incentivos de las Isapres se han centrado en evitar la afiliación de usuarios de alto riesgo, en lugar de promover la correcta asignación de recursos, lo que contraviene el principio de eficiencia.

Por último, la libre elección del consumidor ha atomizado su poder de negociación y, en consecuencia, aumentado el poder de mercado de las aseguradoras. Este escenario ha facilitado la aplicación de estrategias discriminatorias por parte de las Isapres, generando la *cautividad* de algunos cotizantes, en particular pacientes de riesgo, debido a la imposibilidad de afiliarse a otra aseguradora ante las negativas de otras compañías a recibirlos (Cruz, 2023; Gattini, 2018; Goic, 2015; PUCV, 2012).

Bajo estas condiciones, aunque el enfoque neoliberal aplicado al mercado de la salud en Chile se fundamentó en la premisa de que la competencia y la eficiencia mejorarían el sistema, en la práctica ha evidenciado múltiples deficiencias.

El régimen de restricciones del mercado ha facilitado la aparición de diversas prácticas que, aunque percibidas como ilegítimas por la ciudadanía, han penetrado las estrategias de las aseguradoras. Éstas, aprovechándose de los vacíos operativos del régimen, han desarrollado una normatividad informal que orienta y legitima este tipo de comportamientos.

LA INFLUENCIA DE LAS REDES EN LA ORGANIZACIÓN DEL MERCADO

El mercado de la salud en Chile no sólo se aleja de un modelo perfectamente competitivo y equitativo, sino que está caracterizado por marcadas desigualdades y una evidente tendencia hacia la concentración económica (Undurraga, 2016). Este proceso de concentración ha dado lugar a un mercado estructurado en torno a un reducido número de conglomerados empresariales que ejercen un control desproporcionado sobre el sistema de salud. Estos grupos económicos dominan la provisión de servicios de salud, y también influyen en las políticas de precios, facilitando prácticas como la colusión y los ajustes concertados de precios, lo que refuerza una tendencia hacia el oligopolio (Falabella, 2023; Ossandón, 2015).

El poder de estas redes empresariales no se limita a la esfera económica, también se extiende a la política y a la gestión institucional del sistema de salud. Estos conglomerados han establecido redes de influencia que conectan a prestadores de servicios de salud, otras aseguradoras y actores políticos clave, creando un entramado de intereses compartidos que potencia su capacidad de negociación y asegura su predominio en el mercado (Bril Mascarenhas y Maillet, 2019). La existencia de estos vínculos estrechos con partidos políticos y sectores estratégicos del gobierno no sólo ha reforzado su posición dominante, sino también les ha permitido moldear el marco institucional a su favor, perpetuando un sistema que privilegia sus ideas, prácticas e intereses económicos sobre el bienestar general de diversos sectores de la población.

A pesar de la influencia de los conglomerados económicos en la organización del mercado de la salud en Chile, el creciente descontento social hacia el sistema ha impulsado la formación de diversas redes de actores movilizados contra las Isapres (Benavides, Castro y Jones, 2013; Ossandón, 2015). Desde 2019, un gran número de afiliados se ha organizado y acudido a la justicia, lo que en 2022 llevó a una evaluación institucional del sistema, evidenciando el incumplimiento de las Isapres con los estándares legales del país (Debrott, 2023; Paúl, 2023). Como resultado, la Corte Suprema ordenó la devolución de 1,250 millones de dólares a los afiliados por sobrecobros asociados a la discriminación en los precios de las pólizas (Plaza y Aguilera, 2024). Estos cobros excesivos se debieron a la diferenciación de precios en las pólizas, basada en tablas de factores de riesgo, lo que, aunque intentaba regular la discriminación médica, terminó afectando la equidad en el acceso a la salud (Ossandón, 2015).

Bajo estas condiciones, ante el riesgo de desestabilizar el sistema de salud privado, el gobierno impulsó la Ley Corta de Isapres, que estableció nuevos plazos y procedimientos para la restitución de los cobros excesivos. Esta ley obligó a las Isapres a presentar un plan de ajuste de costos y pago de la deuda, el cual se extendería hasta trece años y permite la devolución de los excedentes ya sea en dinero en efectivo o mediante la compensación en servicios. Esta intervención ha sido interpretada como una estrategia para preservar el sistema privado de salud, orientada a evitar su colapso (Plaza y Aguilera, 2024). No obstante, este desenlace también puede comprenderse como el resultado de un proceso de rumbo dependencia o *path dependence*, en el cual las decisiones previas y la estructura institucional heredada limitaron las opciones de reforma, privilegiando la estabilidad del sistema de salud privado sobre una transformación estructural. Como resultado, el mantenimiento de la organización vigente limita los posibles desequilibrios en el campo.

Igualmente, los procesos de movilización social y transformación regulatoria han logrado reconfigurar el campo de los seguros de salud en Chile. En el marco de este período, un número creciente de usuarios ha abandonado las Isapres para afiliarse a FONASA, debilitando el poder de las aseguradoras privadas en el campo. Paralelamente, la reducción de la influencia de las Isapres ha coincidido con la tramitación de un proyecto de ley sobre la modalidad de cobertura complementaria, que propone seguros sin discriminación, con precios fijos y accesibles para los afiliados de FONASA. Esto ha fortalecido tanto a FONASA como al mercado de seguros complementarios de salud, cuyos actores han aprovechado los cambios regulatorios para consolidar su presencia institucional, ampliar su oferta de alternativas para estos afiliados y posicionarse como actores relevantes en el campo (PNUD, 2024; Poblete, 2023).

Discusión

El mercado de seguros de salud en Chile es un campo estructurado por relaciones complejas entre actores públicos y privados, regulaciones estatales, marcos cognitivos y culturales, así como por la influencia de diversos intereses económicos y políticos. Aunque los principios de libre mercado siguen siendo fundamentales, su funcionamiento no puede entenderse de manera aislada, sino en relación con las redes de agentes, las normas institucionales y las ideas predominantes que han modelado su evolución (Beckert, 2010; Callon, 2008; Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019).

Las luchas particulares del campo son una forma de autoorganización continua del mercado, que puede conducir a su estabilización si operan con base en interdependencias positivas, o a la pérdida del equilibrio si éstas impactan en las estrategias de los agentes debido a un cambio en los incentivos existentes. Como se evidenció en este caso, las transfor-

maciones que estabilizaron el sistema también pueden atentar contra el orden establecido. Dichas transformaciones pusieron en riesgo la posición de los agentes interesados en la organización actual del campo, las Isapres, y presentaron nuevas oportunidades para la intervención de agentes que buscaban mejorar su situación, los actores movilizados (Beckert, 2010; Fligstein, 2021).

Los cambios en la estructura del mercado han sido impulsados tanto por modificaciones normativas como por la transformación de las redes, la cultura y los marcos cognitivos que legitiman su funcionamiento. La pérdida de confianza en las aseguradoras privadas ha incentivado la migración a FONASA y el desarrollo del mercado de seguros complementarios, evidenciando que las luchas simbólicas y discursivas tienen un papel central en la evolución del campo, y que las redes sociales pueden influir en el devenir del mercado con mayor fuerza que los agentes individuales (Beckert, 2010; Fligstein, 2021). Al mismo tiempo, la evolución de las prácticas y reformas institucionales ha transformado el mercado de la salud en Chile, pasando de un modelo basado en la libre competencia a un régimen de regulación y evaluación externa institucionalizada (Ossandón y Ureta, 2019), mientras que la influencia institucional de las aseguradoras privadas ha permitido su continuidad incluso en momentos de crisis. De esta manera, la competencia en el mercado de la salud no se ha limitado únicamente a atraer clientes o mejorar las pólizas, sino que también ha implicado una disputa por definir las reglas, normas y valores que rigen su organización.

Comprender el funcionamiento del mercado implica analizar cómo se articulan sus elementos y cómo las transformaciones en una dimensión pueden generar cambios sistémicos. La jerarquización de estas dimensiones varía en función de la organización social histórica del campo y las luchas subyacentes que lo caracterizan, alternando entre la preeminencia de una dimensión sobre otra (Beckert, 2010; Callon, 2008; Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019). El potencial de transfor-

mación depende de la interacción entre estas dimensiones. Por ejemplo, una reforma regulatoria puede generar cambios estructurales si se acompaña de una recomposición de los actores y los discursos. En cambio, la sedimentación de una cultura o institucionalidad puede limitar las transformaciones estructurales, generando un proceso de inercia y reproducción de la organización del campo.

El carácter dinámico del mercado de la salud en Chile refleja que su transformación no responde a una lógica unidireccional, sino a la interacción de los distintos actores que buscan reforzar o desafiar la organización del campo. Su evolución depende de la capacidad de estos agentes para articular estrategias, disputar significados, movilizar recursos y lograr la cooperación, en función de sus intereses y las restricciones del campo. En consecuencia, más que una estructura rígida, el mercado debe entenderse como un campo en constante negociación, donde los cambios emergen de la recomposición de relaciones de poder, la reformulación de marcos cognitivos y la redefinición de las fronteras institucionales y culturales que lo sostienen.

CONCLUSIONES

La sociología económica ha examinado diversas dimensiones sociales que influyen en los actores económicos y sus comportamientos. Desde esta perspectiva, fenómenos como la innovación, la formación de precios y las dinámicas de desarrollo económico pueden entenderse mejor a partir de la organización social de los campos económicos en los cuales actúan los agentes (Beckert, 2010). Este artículo critica los enfoques en la economía y la sociología económica de los mercados que limitan su análisis a cogniciones, culturas, instituciones o redes de relaciones sociales (Beckert, 2010). En contraste, se argumenta que para comprender la evolución y reproducción de los cam-

pos de mercado es necesario reconocer simultáneamente estas cuatro dimensiones, sus interrelaciones y el contexto en el cual se incrustan.

El artículo ofrece una perspectiva integral de las interrelaciones y mecanismos a través de los cuales se manifiestan las influencias entre marcos cognitivos, culturas, instituciones y redes relacionales. Al considerar el mercado como un campo incrustado en un contexto específico, se proporciona un marco analítico e historicista que permite observar a los actores dentro de una matriz social multidimensional. Esta matriz los posiciona en el espacio social, les otorga recursos para alcanzar sus objetivos y limita sus oportunidades en el mercado de diversas maneras, dependiendo de las restricciones fundamentales del mismo.

Analizar los mercados desde la perspectiva de campos proporciona una visión centrada en los procesos colectivos, en la cual el posicionamiento de los agentes se interpreta como el resultado histórico de sus luchas por preservar o mejorar su posición, ya sea defendiendo las estructuras establecidas o modificándolas para aprovechar nuevas oportunidades (Beckert, 2010; Frankel, Ossandón y Pallesen, 2019). Sin embargo, la conformidad con la estructura del mercado no determina las acciones del actor en su totalidad. Por el contrario, en cada momento existen muchas posibilidades de acción legítimas, y la agencia del actor reside en su capacidad para calcular y tomar decisiones entre las posibilidades disponibles en el campo (Beckert y Bronk, 2018). En definitiva, es a partir de la enacción contingente de las dimensiones sociales del mercado que se coordinan las relaciones de intercambio.

La discusión en la última parte del artículo ilustra la interacción entre los diferentes tipos de dimensiones sociales en un contexto específico. El estudio del caso chileno, como un ejemplo particular de economía de libre mercado, ayuda a comprender cómo los mercados pueden desarro-

llarse de diferentes maneras según el contexto social, económico o político en el que están incrustados. De esta manera, las diferencias en ideas, estructuras económicas, instituciones e intereses predominantes entre distintos contextos sociales permiten un análisis que muestra cómo el entorno en el que se inserta el mercado también influye en su desarrollo.

Esto puede contribuir en dos niveles a la sociología económica: por un lado, permite una comprensión más profunda de las dimensiones que influyen en la organización de un mercado y, por otro lado, aporta a la comprensión de la economía y los mercados como el producto de procesos esencialmente sociales (Hernández, 2017). La integración de las teorías sociológicas del mercado, junto con el enfoque del mercado como campo, constituyen dos componentes fundamentales que este artículo ha buscado promover.

BIBLIOGRAFÍA

- ABOLAFIA, Mitchel (1996). *Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge: Harvard University Press.
- ARTHUR, W. Brian (2021). "Foundations of Complexity Economics", *Nature Review Physics* 3: 136-145. Disponible en: <<https://doi.org/10.1038/s42254-020-00273-3>>.
- ASPERS, Patrik (2009). "How are Markets Made?", *MPIfG Working Paper* 09/2, Colonia: Max Planck Institute for the Study of Societies. Disponible en: <<https://ideas.repec.org/p/zbw/mpifgw/092.html>>.
- ASPERS, Patrik (2011). "Markets, Evaluations, and Rankings", *Historical Social Research* 36 (3): 19-33. Disponible en: <<http://www.jstor.org/stable/23032425>>.
- ASPERS, Patrik y Nigel Dodd (2015). *Re-Imagining Economic Sociology*. Londres: Oxford University Press.

- BECKERT, Jens (2010). "How do Fields Change? The Interrelations of Institutions, Networks, and Cognition in the Dynamics of Markets", *Organization Studies* 31 (5): 605-627. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/0170840610372184>>.
- BECKERT, Jens, Jörg Rössel y Patrick Schenk (2014). "Wine as a Cultural Product: Symbolic Capital and Price Formation in the Wine Field", *MPIfG Discussion Paper* 14/2. Colonia: Max Planck Institute for the Study of Societies.
- BECKERT, Jens y Richard Bronck (2018). *Uncertain Futures: Imaginaries, Narratives, and Calculation in the Economy*. Londres: Oxford University Press.
- BENAVIDES, Paula, Rubén Castro e Ingrid Jones (2013). *Sistema público de salud. Situación actual y proyecciones fiscales 2013-2050*. Santiago de Chile: Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda.
- BIGGART, Nicole y Thomas Beamish (2003). "The Economic Sociology of Conventions: Habit, Custom, Practice, and Routine in Market Order", *Annual Review of Sociology* 19 (29): 443-464. Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/30036975>>.
- BOURDIEU, Pierre (2023). *Antropología económica. Curso en el Collège de France (1992-1993)*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- BRIL Mascarenhas, Tomás y Aldo Madariaga (2019). "Business Power and the Minimal State: The Defeat of Industrial Policy in Chile", *Journal of Development Studies* 55 (6): 1047-1066. Disponible en: <<https://doi.org/10.1080/00220388.2017.1417587>>.
- BRIL-Mascarenhas, Tomás y Antoine Maillet (2019). "How to Build and Wield Business Power: The Political Economy of Pension Regulation in Chile, 1990-2018", *Latin American Politics and Society* 61 (1): 101-25. Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/26779152>>.
- CALLON, Michelle (2008). "Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas", *Apuntes de Investigación del CECYP* 14: 11-68.

- CHRISTENSEN, Gerd (2023). "Three Concepts of Power: Foucault, Bourdieu, and Habermas", *Power and Education* 16 (2): 182-195. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/17577438231187129>>.
- CRUZ, María (2023). "Promoviendo la competencia en el mercado de seguros de salud en Chile: Una mirada desde la economía del comportamiento", *Centro de Estudios Públicos* 654. Disponible en: <https://static.cepchile.cl/uploads/cepchile/2023/04/pder654_luzdaniel.pdf>.
- D'ANDRETA, Daniela, Marco Marabelli, Sue Newell, Harry Scarbrough y Jacky Swan (2016). "Dominant Cognitive Frames and the Innovative Power of Social Networks", *Organization Studies* 37 (3): 293-321. Disponible en: <<https://doi.org/10.1177/0170840615613374>>.
- DEBROTT, David (2023). "Crisis de las isapres: ¿Dónde estamos, y cuáles son las urgencias?", *CIPER Chile*, 23 de mayo. Disponible en: <<https://www.ciperchile.cl/2023/05/23/crisis-de-las-isapres-donde-estamos/>>.
- DENZAU, Arthur y Douglass North (1994). "Shared Mental Models: Ideologies and Institutions", *Kyklos* 47: 3-31. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1994.tb02246.x>>.
- DEQUECH, David (2003). "Cognitive and Cultural Embeddedness: Combining Institutional Economics and Economic Sociology", *Journal of Economic Issues* 2: 461-470.
- FAIRFIELD, Tasha (2010). "Business Power and Tax Reform: Taxing Income and Profits in Chile and Argentina", *Latin American Politics and Society* 52 (2): 37-71. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2010.00081.x>>.
- FALABELLA, Gonzalo (2000). *Los cien Chile. Más allá del país promedio. Estudio exploratorio*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- FALABELLA, Gonzalo (2023). *Desde los territorios repensar un proyecto de país*. Santiago de Chile: Social-Ediciones.
- FLIGSTEIN, Neil (1996). "Markets as Politics: a Political-Cultural Approach to Market Institutions", *American Sociological Review* 61 (4): 656-673. Disponible en: <<https://doi.org/10.2307/2096398>>.

- FLIGSTEIN, Neil (2001). "Social Skill and the Theory of Fields", *Sociological Theory* 19 (2): 105-125. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/0735-2751.00132>>.
- FLIGSTEIN, Neil (2021). "Innovation and the Theory of Fields", *AMS Review* 11 (3-4): 272-289. Disponible en: <<https://doi.org/10.1007/s13162-021-00202-2>>.
- FFRENCH Davis, Ricardo (2003). *Entre el neoliberalismo y el crecimiento con equidad*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- FRANCO Giraldo, Álvaro (2014). "Sistemas de salud en condiciones de mercado: las reformas del último cuarto de siglo", *Revista Facultad Nacional de Salud Pública* 32 (1): 95-107.
- FRANKEL, Christian, José Ossandón y Trine Pallesen (2019). "The Organization of Markets for Collective Concerns and their Failures", *Economy and Society* 48 (2): 153-174. Disponible en: <<https://doi.org/10.1080/03085147.2019.1627791>>.
- GATTINI, César (2018). *El sistema de salud en Chile*. Santiago de Chile: Observatorio Chileno de Salud Pública. Disponible en: <<http://www.ochisap.cl>>.
- GOIC, Alejandro (2015). "El sistema de salud de Chile: una tarea pendiente", *Revista médica de Chile* 143: 774-786.
- GONZÁLEZ, Claudia, Carla Castillo Laborde e Isabel Matute (2019). *Serie de salud poblacional: Estructura y funcionamiento del sistema de salud chileno*. Santiago, Chile: CEPS, Facultad de Medicina. CAS-UDD.
- GRANOVETTER, Mark (1985). "Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology* 91: 481-510. Disponible en: <<https://www.jstor.org/stable/2780199>>.
- GRANOVETTER, Mark (1995). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. Cambridge: Harvard University Press. Disponible en: <<https://doi.org/10.7208/chicago/9780226518404.001.0001>>.
- HALL, Peter y David Soskice (2001). *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Londres: Oxford University Press.

- HERNÁNDEZ, Javier (2017). "Sociología del mercado en América Latina: hacia una agenda de investigación", *Sociológica* 32 (91): 77-110.
- HUNEEUS, Carlos y Tomás Undurraga (2021). "Authoritarian Rule and Economic Groups in Chile: A Case of Winner-Takes-All Politics". En *Big Business and Dictatorships in Latin America. A Transnational History of Profits and Repression*, editado por Victoria Basualdo, Hartmut Berghoff y Marcelo Bucheli, 91-125. Londres: Palgrave Macmillan. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-43925-5_4>.
- JUARRERO, Alicia (2023). *Context Changes Everything: How Constraints Create Coherence*. Cambridge: The MIT Press.
- LOMI, Alessandro y Cristoph Stadtfeld (2014). "Soziale Netzwerke und Soziale Situationen: Ein co-evolutionäres Modell", *Kolner Zeitschrift Fur Soziologie Und Sozialpsychologie* 66 (1): 395-415. Disponible en: <<https://doi.org/10.1007/s11577-014-0271-8>>.
- MÉNDEZ, Luis y Francisco Gatica (2023). "El mercado del trabajo: Un nudo al desarrollo en la región del Biobío". En *Desde los territorios repensar un proyecto de país*, editado por Gonzalo Falabella, 153-178. Santiago de Chile: Social Ediciones.
- MISCHE, Ann (2011). "Relational Sociology, Culture, and Agency". En *The Sage Handbook of Social Network Analysis*, editado por John Scott y Peter Carrington, 80-98. Londres: SAGE.
- MOELLER, Kim y Sveinung Sandberg (2019). "Putting a Price on Drugs: an Economic Sociological Study of Price Formation in Illegal Drug Markets", *Criminology* 57 (2): 289-313. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/1745-9125.12202>>.
- NORTH, Douglass (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NORTH, Douglass (2003). "Instituciones, ideología y desempeño económico", *Advocatus* (8): 198-206. Disponible en: <<https://doi.org/10.26439/advocatus2003.n008.2423>>.

- OSSANDÓN, José (2015). "Insurance and the Sociologies of Markets", *Max Planck Institute for the Study of Societies (MPIfG)* 17 (1): 6-15.
- OSSANDÓN, José y Eugenio Tironi (2013). "Introducción. Por qué estudiar a la empresa chilena después de Friedman". En *Adaptación. La empresa chilena después de Friedman*, editado por José Ossandón y Eugenio Tironi, 11-28. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- OSSANDÓN, José y Sebastián Ureta (2019). "Problematising Markets: Market Failures and the Government of Collective Concerns", *Economy and Society* 48 (2): 175-196. Disponible en: <<https://doi.org/10.1080/03085147.2019.1576433>>.
- PAÚL, Fernanda (2023). "Crisis de las Isapres: por qué el sistema de salud privado en Chile les debe tanta plata a sus usuarios (y la enorme polémica en torno a su devolución)", *BBC News Mundo*, 30 de mayo. Disponible en: <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-65686936>>.
- PÉREZ, Andrea e Ignacio Rodríguez del Bosque (2014). "Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa", *Cuadernos de Gestión* 14 (1): 97-126. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274330593005>>.
- PETRACCA, Enrico y Shaun Gallagher (2020). "Economic Cognitive Institutions", *Journal of Institutional Economics* 16 (6): 747-765. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/S1744137420000144>
- PLAZA, Rafael y Camilo Aguilera (2024). "Ley corta de ISAPRES y exclusión del financiamiento mutual", *Revista de Derecho Universidad de Concepción* 92 (256): 89-116. Disponible en: <<https://doi.org/10.29393/RD256-4LCPA20004>>.
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2024). ¿Por qué nos cuesta cambiar? Conducir los cambios para un desarrollo humano sostenible. Santiago de Chile: Estudios PNUD.

- POBLETE, Claudia (2023). "El desafiante panorama de las pólizas complementarias de salud", *Diario Financiero*, 12 de diciembre. Disponible en: < https://www.df.cl/noticias/site/docs/20231211/20231211171425/suplemento_20231212.pdf>.
- PUCV (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso) (2012). *Mercado de la salud privada en Chile*. Valparaíso: Fiscalía Nacional Económica.
- Roos, Michael y Matthias Reccius (2023). "Narratives in Economics", *Journal of Economic Surveys* 38 (2): 1-39. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/joes.12576>>.
- RUIZ, Felipe (2020). "Formación de clases y conflicto social en el sistema previsional chileno: mecanismos de acumulación capitalista y desafíos para la democracia", *Revista Encuentros* 18 (3): 88-99. Disponible en: <<https://doi.org/10.15665/encuent.v18i3.2134>>.
- SANDBERG, Sveinung (2012). "The Importance of Culture for Cannabis Markets Towards an Economic Sociology of Illegal Drug Markets", *British Journal of Criminology* 52 (6): 1133-1151. Disponible en: <<https://doi.org/10.1093/bjc/azs031>>.
- SCHOTANUS, Patrick (2022). "Cognitive Economics and the Market Mind Hypothesis: Exploring the Final Frontier of Economics", *Economic Affairs* 42 (1): 87-114. Disponible en: <<https://doi.org/10.1111/ecaf.12505>>.
- SOLIMANO, Andrés y Gabriela Zapata Román (2024). "Chilean Economic Development under Neoliberalism". En *Chilean Economic Development under Neoliberalism*. Cambridge: Cambridge University Press. Disponible en: <<https://doi.org/10.1017/9781009477352>>.
- TITELMAN, Daniel (2000). *Reformas al sistema de salud en Chile: desafíos pendientes*. Santiago de Chile: Unidad de Financiamiento para el Desarrollo, División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo.

- UNDURRAGA, Tomás (2016). "Business, Politics and Ideology: Neoliberalism and Capitalist Class Formation in Argentina and Chile (1990 - 2014)", *Revista de Ciencia Política* 54 (2): 177-210.
- WHITE, Harrison (2001). *Markets from Networks: Socioeconomics Models of Production*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- ZELIZER, Viviana (2010). *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*. Nueva Jersey: Princeton University Press.