

**Universidad Católica de Santa María**

**Escuela de Postgrado**

**Maestría en Educación Superior**



**TEORÍA DE MERCADO Y SU REPERCUSIÓN EN LA  
COMPRENSIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN LOS  
ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DERECHO DEL X  
SEMESTRE DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA-  
2023**

Tesis presentada por el Bachiller:

**Neyra Amat, Carlos Alberto**

Para optar el Grado Académico de

**Maestro en Educación Superior**

Asesora:

Dra. Beltrán Molina, Rosa Patricia.

**Arequipa-Perú**

**2023**

UCSM-ERP

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## ESCUELA DE POSTGRADO

### DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS

Arequipa, 05 de Diciembre del 2023.

**Dictamen: 010921-C-EPG-2023**

Visto el borrador del expediente 010921, presentado por:

**2018005521 - NEYRA AMAT CARLOS ALBERTO**

Titulado:

**TEORÍA DE MERCADO Y SU INCIDENCIA EN LA COMPRENSIÓN DEL DERECHO  
DEL CONSUMIDOR EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DERECHO DEL X  
SEMESTRE DE UNAUNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA-2023**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

**29378061 - FERNANDEZ SALGUERO  
JAMES CARLOSDICTAMINADOR**



**29548703 - MONTES DE OCA VALENCIA  
CARLOS ENRIQUEDICTAMINADOR**



**29427920 - TEJADA PACHECO  
NEIL HERNAN  
DICTAMINADOR**



# TEORÍA DE MERCADO Y SU REPERCUSIÓN EN LA COMPRESIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DERECHO DEL X SEMESTRE DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA-2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://archive.org">archive.org</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://baixardoc.com">baixardoc.com</a> Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

## Dedicatoria

“Le dedico la presente tesis a mi familia, en especial a mis hijas la razón de mi vida”

“A mi padre, de quien todavía siento su orgullo que me alienta”



## Epígrafe

“Como una categoría a priori, el principio de la acción está a la par con el principio de la causalidad. En el principio está el acto”

*Ludwig von Mises*



## Agradecimientos

“Agradezco en especial a mis hijas, las que me apoyaron en todo el trayecto de esta investigación”



## Índice general

Dictamen Aprobatorio de Borrador de Tesis	2
Dedicatoria	3
Epígrafe	4
Agradecimientos	5
Índice general	6
Índice de figuras	9
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	1
HIPÓTESIS	2
OBJETIVOS	2
MARCO TEÓRICO	3
CAPÍTULO I: TEORIA DE MERCADO	4
1. Definiciones	4
2. Elementos de la teoría del mercado	11
2.1. Oferta y demanda	11
2.2. Precio	13
2.3. Equilibrio de mercado	15
2.4. Elasticidad	17
2.5. Competencia	19
2.5.1. Tipos de Competencia	19
2.5.1.1. Competencia perfecta	19
2.5.1.2. Competencia imperfecta	20
2.5.1.2.1. Monopolio	21
2.5.1.2.2. Competencia monopolística	22
2.5.1.2.3. Oligopolio	22
2.5.1.2.4. Oligopsonio	23
2.5.1.2.5. Competencia de monopolista bilateral	24
2.5.1.2.6. 2.6.Duopolio	25
2.6. Elementos del mercado	26
2.6.1. Propiedad	26
2.6.2. Regulación y gobierno	27
2.6.3. Innovación y tecnología	30
2.6.4. 2.5Costos de Producción	30
2.6.5. Preferencias y utilidad	36

3.	Actores de la actividad económica	37
4.	Tipos de economías	37
4.1.	Economía cerrada	37
4.2.	Economía Abierta	39
5.	Modos económicos hegemónicos	40
5.1.	Economía de libre mercado	40
5.2.	Economía planificada	42
5.2.1.	Planificación central	42
5.2.2.	Propiedad estatal	43
5.2.3.	Regulación de precios	43
5.2.4.	Control del comercio exterior	44
5.2.5.	Énfasis en la igualdad social	44
5.2.6.	Control de la fuerza laboral	45
5.3.	Economía social de mercado	45
6.	Modelos macroeconómicos	47
6.1.	Modelo Keynesiano	47
6.2.	Modelo IS – LM	48
6.3.	Modelo AS – AD	49
6.4.	Modelo de crecimiento económico	50
6.4.1.	Modelo de crecimiento exógeno	50
6.4.2.	Modelo de crecimiento endógeno	51
6.5.	Modelo del ciclo económico	52
6.6.	Modelo Mundell - Fleming	53
6.7.	Modelo de Expectativas racionales	55
6.8.	Modelo de oferta y demanda laboral	56
CAPÍTULO II: EL DERECHO DEL CONSUMIDOR		58
1.	Conceptos:	58
2.	Elementos:	63
2.1.	Consumidor:	63
2.2.	Proveedor:	64
2.3.	Producto y/o servicio:	65
2.4.	Autonomía del derecho del consumidor:	66
2.5.	Relación de consumo:	67
2.6.	Asimetría de información	67
2.7.	Protección constitucional:	68
3.	Evolución histórica del derecho del consumidor:	69
METODOLOGÍA		77

1. Estrategias metodológicas	78
1.1. Enfoque, tipo y diseño	78
1.2. Técnicas, instrumentos y materiales de verificación	79
2. Campo de verificación	79
2.1. Ubicación espacial	79
2.2. Ubicación temporal	79
2.3. Unidades de estudio	80
3. Estrategia de recolección de datos	80
4. CUADRO DE RECURSOS HUMANOS	80
5. CUADRO DE RECURSOS MATERIALES	80
6. CUADRO DE RECURSOS ECONÓMICOS	81
7. Cronograma de trabajo	81
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	82
DISCUSIÓN	91
CONCLUSIONES	102
RECOMENDACIONES	105
REFERENCIAS	108



## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Teoría de mercado	83
<b>Figura 2</b> Teoría de mercado	84
<b>Figura 3</b> Competencia en el mercado	85
<b>Figura 4</b> Competencia en el mercado	86
<b>Figura 5</b> Ley de oferta y demanda	87
<b>Figura 6</b> Ley de oferta y demanda	88
<b>Figura 7</b> Regulación estatal	89
<b>Figura 8</b> Protección al consumidor	89



## RESUMEN

Una rama de la economía llamada teoría de mercado estudia cómo interactúan compradores y vendedores en un sistema económico. En su base, analiza cómo se establecen los niveles de producción y consumo en una sociedad, cómo se asignan los recursos y cómo se determinan los precios de los bienes y servicios. Para analizar cómo actúan los agentes económicos en un mercado y cómo esto afecta la asignación de recursos y la distribución de bienes y servicios, la teoría de mercado utiliza conceptos como la oferta y la demanda, la competencia y la información asimétrica. Además, esta teoría está relacionada con las regulaciones y políticas gubernamentales que afectan cómo funcionan los mercados. El derecho del consumidor es una rama del derecho que protege y regula los intereses y derechos de las personas que compran bienes y servicios para su consumo personal o familiar. Su principal objetivo es equilibrar la relación entre consumidores y proveedores, asegurándose de que los consumidores estén bien informados, tengan acceso a productos y servicios de alta calidad y estén protegidos contra prácticas comerciales engañosas, abusivas o injustas.

**Palabras clave:** Teoría de mercado, competencia, protección al consumidor, derecho del consumidor, economía.

## ABSTRACT

A branch of economics called market theory studies how buyers and sellers interact in an economic system. At its core, it analyzes how levels of production and consumption are set in a society, how resources are allocated, and how prices of goods and services are determined. To analyze how economic agents act in a market and how this affects the allocation of resources and the distribution of goods and services, market theory uses concepts such as supply and demand, competition and asymmetric information. In addition, this theory is related to government regulations and policies that affect how markets function. Consumer law is a branch of law that protects and regulates the interests and rights of individuals who purchase goods and services for personal or family consumption. Its main objective is to balance the relationship between consumers and suppliers, ensuring that consumers are well informed, have access to high quality products and services, and are protected against deceptive, abusive or unfair business practices.

**Key words:** Market theory, competition, consumer protection, consumer law, economics.

## INTRODUCCIÓN

La teoría de mercado es fundamental para que los estudiantes de derecho comprendan el derecho del consumidor, ya que proporciona el contexto económico y comercial en el que se desarrollan las relaciones entre proveedores y consumidores. A través de esta comprensión, los estudiantes pueden apreciar cómo los principios de oferta y demanda, la competencia y la información asimétrica influyen en la dinámica del mercado y, por lo tanto, en las prácticas comerciales y el comportamiento de las empresas. Al entender la teoría de mercado, los futuros abogados pueden analizar con mayor profundidad cuestiones de publicidad engañosa, prácticas desleales y contratos, así como abordar la regulación y las políticas públicas que protegen a los consumidores. En última instancia, esta base teórica permite a los estudiantes de derecho aplicar de manera más efectiva los principios legales a casos relacionados con el derecho del consumidor, garantizando una mayor justicia y equidad en las relaciones comerciales.

Si no se enseña la teoría de mercado antes de abordar el derecho del consumidor, los estudiantes de derecho podrían carecer de una comprensión crítica del contexto económico en el que se desarrollan las relaciones comerciales. Esto podría resultar en deficiencias importantes, ya que no podrían apreciar plenamente cómo las prácticas empresariales, la publicidad engañosa y las violaciones de los derechos del consumidor están intrínsecamente relacionadas con la dinámica del mercado. Además, sin una base en teoría de mercado, los estudiantes podrían tener dificultades para analizar los aspectos económicos y comerciales de los casos de derecho del consumidor, lo que podría limitar su capacidad para representar eficazmente a los consumidores y empresas en disputas legales. Por lo tanto, la falta de este conocimiento previo podría resultar en una formación legal incompleta y menos efectiva en este campo del derecho.

Esta contingencia, es necesario de que previamente al ingreso al derecho de consumidor, se enseñe los fundamentos económicos del mismo. La enseñanza de la teoría de mercado coadyuvaría a mejorar la enseñanza y por ende, la comprensión que los alumnos puedan tener del derecho del consumidor. En este sentido sería necesaria la implementación en la curricular de derecho del consumidor, en su primera fase, un curso de teoría de mercado en la que se explique los fundamentos de la economía social

de mercado, para ulteriormente, aplicar estos conocimientos en la enseñanza del derecho del consumidor.

## HIPÓTESIS

**Dado que**, la teoría de mercado expone los principios básicos del funcionamiento del mercado, **es probable que**, sea una base teórica necesaria para comprender el derecho del consumidor que regula las relaciones de consumo que se dan dentro del mercado.

## OBJETIVOS

### Objetivo general

Comprender la repercusión de la teoría de mercado y en la comprensión del derecho del consumidor en los estudiantes de la escuela de derecho del x semestre de una universidad privada de Arequipa-2023.

### Objetivo específico

Entender la necesidad del conocimiento de la competencia, para poder comprender la importancia de la pluralidad de actores en el mercado.

Saber la necesidad del conocimiento de la ley de oferta y demanda, para poder comprender las relaciones de consumo en el mercado.

Conocer la necesidad del conocimiento de la regulación estatal, para poder comprender la protección que se otorga al consumidor.



# MARCO TEÓRICO

## CAPÍTULO I: TEORIA DE MERCADO

### 1. Definiciones

Según Gonzales y Yabar (2020), la base de la teoría de mercado es la idea de un "orden espontáneo" en la economía, donde los precios sirven como medidas que muestran la oferta y la demanda de bienes y servicios. El autor sostiene que el conocimiento necesario para la toma de decisiones económicas está disperso entre individuos y empresas, y que ninguna entidad central puede conocer o coordinar este conocimiento fragmentado de manera efectiva. En este marco, el mercado funciona como un mecanismo descentralizado que permite a las personas tomar decisiones informadas sobre producción y consumo en función de las señales de precios. Por otro lado, cuestiona la planificación centralizada, argumentando que esta tiende a causar ineficiencias y distorsiones económicas. En su lugar, respalda un sistema de mercado como el método más efectivo para coordinar la actividad económica y promover la asignación eficiente de recursos. Su perspectiva ha sido fundamental para el pensamiento económico liberal y ha influido en la crítica del socialismo centralizado.

Según Akhtyrskaya et al (2022), la teoría del mercado se refiere a la interacción entre las instituciones económicas, la política y el comportamiento de los agentes en un sistema económico. Destaca la relevancia de las instituciones en la estructuración de los mercados y la distribución de los beneficios económicos. Según él, el funcionamiento adecuado de los mercados y la promoción del crecimiento económico dependen de instituciones efectivas, como derechos de propiedad sólidos y un marco legal confiable. Además, se enfoca en temas de desigualdad y desarrollo, y sostiene que la teoría de mercado debe examinar cómo las instituciones influyen en la distribución de la riqueza y las oportunidades en una sociedad.

Así mismo, para Rodríguez (2021), la teoría del mercado se enfoca en cómo los participantes de un mercado interactúan estratégicamente y cómo las estructuras y regulaciones del mercado pueden afectar su comportamiento. Su trabajo ha mejorado nuestra comprensión de cómo se crea la competencia y cómo se pueden crear políticas regulatorias para fomentar el bienestar económico.

Para Rincón (2020), la teoría del mercado es parte fundamental de su visión sobre la economía de mercado y la libertad económica. Defiende la idea de que la forma más eficiente y justa de organizar la producción y distribución de bienes y servicios es en mercados competitivos, donde las personas pueden participar en transacciones voluntariamente. Destaca además la importancia de los mercados y cómo el gobierno solo debería intervenir en la economía para corregir las imperfecciones del mercado y asegurar el bienestar de la sociedad. También sostiene que la libertad de comercio y la propiedad privada son derechos fundamentales que deben ser protegidos en una sociedad libre. La libertad económica se ejerce principalmente a través de los mercados.

Para Paredes et al (2019), la teoría del mercado se entiende en la “Ley de Say”, que sostiene que, en una economía, la oferta de bienes y servicios siempre genera suficiente poder adquisitivo para comprar dichos bienes y servicios. En otras palabras, sostiene que la producción de bienes y servicios genera sus propios ingresos, y que estos ingresos se utilizan en el mercado para comprar productos alternativos. La idea fundamental es que a largo plazo no puede haber una sobreproducción generalizada porque las personas obtienen ingresos de la producción de bienes y servicios y estos ingresos se utilizan para comprar otros bienes y servicios. Por lo tanto, el desempleo y la falta de demanda efectiva son fenómenos temporales y, en última instancia, la economía tiende a equilibrarse a través de la interacción de la oferta y la demanda. Así pues, el autor sostiene bajo su teoría del mercado, que la producción y la oferta de bienes y servicios son esenciales para generar la demanda en una economía. Esta teoría está relacionada con la noción de que la oferta de bienes y servicios genera su propia demanda y que los mercados suelen equilibrarse de manera automática.

En esa línea según Leyva (2022), la teoría del mercado se basa en la creencia de que los mercados libres y competitivos son el mecanismo más efectivo para coordinar la producción y distribución de bienes y servicios. El autor sostiene que la libre competencia, la propiedad privada y la libertad de elección en los mercados son esenciales para el funcionamiento de una economía próspera, y que el gobierno debería limitar su intervención en la economía. La libertad de elección en los mercados fomenta la eficiencia y el bienestar económico, mientras que una regulación excesiva puede ser contraproducente. Se destaca entonces la importancia de la libertad de cada individuo y la competencia en la asignación de recursos.

Por otro lado Martin (2020), se aparta de la teoría clásica del mercado al enfocarse en la inestabilidad inherente de la economía. El autor sostiene que los mercados no siempre mantienen un equilibrio automático y que es posible que se produzcan crisis y desempleo involuntario. Señala también que, en situaciones de recesión o depresión, el gobierno debe actuar para fomentar la demanda agregada mediante el gasto público y otras medidas económicas con el objetivo de fomentar la recuperación económica. Para el autor, la inversión pública y la regulación son esenciales para estabilizar la economía y mantener un alto nivel de empleo. En síntesis, la teoría del mercado se enfoca en la importancia de la intervención gubernamental para enfrentar las variaciones económicas y fomentar el pleno empleo.

En contra posición, para Cruces (2021), la teoría del mercado se basa en la economía clásica y se centra en la ley de los rendimientos decrecientes. Los precios y los salarios se ajustan naturalmente a través de la oferta y la demanda, y la competencia en los mercados tiende a equilibrar la producción y distribución de bienes y servicios. Así pues, la competencia, la oferta y la demanda son fundamentales para la distribución de recursos y la riqueza en una economía.

De igual forma, para Fernández (2021), el concepto de "mano invisible" es la base de la teoría del mercado. El autor sostiene que cuando las personas compiten en los mercados por sus propios intereses egoístas, la competencia y la búsqueda de beneficios mutuos conducen al bienestar general de la sociedad. En otras palabras, cuando las personas pueden intercambiar bienes y servicios sin restricciones, el mercado funciona de manera efectiva porque esta interacción autorregula los precios y la producción. Se destaca que la competencia, la división del trabajo y la especialización son fundamentales para el crecimiento económico y la prosperidad.

Por último, Gutierrez y Pérez (2023), en su teoría del mercado, destaca la importancia de la oferta y la demanda como fuerzas que, en un mercado competitivo, determinan los precios y las cantidades de bienes y servicios. Introduce el término "elasticidad" para analizar cómo la oferta y la demanda responden a cambios en los precios. Así mismo, el autor enfatiza el concepto de "equilibrio del mercado", que es cuando la cantidad ofrecida y demandada son iguales y esto determina el precio de equilibrio. Su enfoque pone énfasis en la competencia y los beneficios de los consumidores como elementos clave para determinar los precios y asignar recursos de manera eficiente en una economía de mercado.

La teoría del mercado de Marx se basa en su enfoque del modo de producción capitalista, donde la producción se organiza para obtener ganancias. Marx sostiene que el mercado capitalista es un espacio donde los productos se intercambian como mercancías con un valor determinado por la cantidad de trabajo socialmente necesario para producirlos. Sin embargo, Marx critica el sistema capitalista por su tendencia intrínseca a la explotación de la fuerza de trabajo, ya que los capitalistas buscan maximizar sus ganancias al pagar a los trabajadores menos de lo que producen. Esto crea desigualdades económicas y crisis cíclicas. Marx también argumenta que el mercado capitalista conduce a la alienación de los trabajadores, ya que se convierten en meros vendedores de su fuerza de trabajo. Su teoría busca la superación de esta dinámica a través de la abolición de la propiedad privada de los medios de producción y la creación de una sociedad socialista sin clases.

Asimismo, la teoría del mercado de Mao Zedong se basa en el concepto de "socialismo con características chinas" y abarca un enfoque pragmático del mercado dentro del contexto del socialismo. Mao respaldaba la idea de que el mercado podría ser utilizado como una herramienta para impulsar el desarrollo económico y tecnológico de China, siempre y cuando estuviera bajo el control del Partido Comunista y se aplicaran políticas planificadas para evitar desigualdades extremas. Mao sostenía la importancia de armonizar la planificación central con aspectos del mercado, como la promoción de la competencia y el fomento de la iniciativa individual, sin ceder a sus principios comunistas fundamentales. Las políticas como el Gran Salto Adelante y la Revolución Cultural fueron ejemplos de su enfoque, aunque estas también generaron desafíos y problemas importantes en la economía y la sociedad chinas.

Por el contrario, la teoría del mercado de Friedrich Hayek, asociada con el liberalismo clásico y la Escuela Austríaca de Economía, aboga por un enfoque de economía de mercado donde los precios y las transacciones se ajustan de manera descentralizada a través del mecanismo de oferta y demanda. Hayek enfatiza la importancia de la información dispersa y descentralizada en la economía, argumentando que ningún organismo centralizado puede conocer y coordinar eficientemente todas las preferencias y conocimientos individuales. Sostiene que el mercado es un sistema de descubrimiento de conocimiento y que el orden espontáneo que surge de las decisiones individuales es más efectivo que la planificación centralizada. Según Hayek, el Estado debe limitarse a establecer un marco legal y proteger los derechos de propiedad para

permitir la competencia y la libertad individual en el mercado, lo que, a su juicio, fomentaría la eficiencia y la prosperidad económica.

Asimismo, como parte de la Escuela Austríaca de Economía, la teoría del mercado de Ludwig von Mises se centra en el concepto de la acción humana individual en el mercado. Según Von Mises, el mercado es un sistema de coordinación social en el que las decisiones económicas se basan en la interacción de las preferencias y el conocimiento disperso de las personas. Para él, los precios de mercado reflejan la escasez relativa de recursos y bienes, y los precios son la información clave que guía estas decisiones. Von Mises sostiene que la propiedad privada, la competencia y la ausencia de intervención gubernamental en la economía conducen a distorsiones y malas asignaciones de recursos. Según su teoría, el sistema de mercado libre y el capitalismo son las formas más efectivas y morales de organizar la economía, donde las personas son libres de perseguir sus propios intereses y colaborar voluntariamente para mejorar el bienestar general.

En este sentido, la teoría de mercado de Murray Rothbard se enmarca en la tradición del anarcocapitalismo, un enfoque radical del liberalismo clásico que aboga por la completa abolición del Estado en la economía. Rothbard argumenta que el mercado libre y la propiedad privada son los únicos medios legítimos de organizar la sociedad. Su enfoque se basa en la teoría de la propiedad privada y el principio de no agresión, sosteniendo que todas las transacciones económicas deben ser voluntarias y basarse en la propiedad legítima. Para Rothbard, cualquier interferencia gubernamental en el mercado, como regulaciones, impuestos o monopolios estatales, es inmoral y contraproducente. Propugna un sistema donde la competencia y el mercado libre resuelvan todos los problemas económicos y sociales sin la necesidad de una autoridad central, lo que, según él, llevaría a una sociedad más justa y eficiente en la que los individuos tienen pleno control sobre sus vidas y recursos.

Asimismo, la teoría de mercado de Paul Krugman sigue el enfoque de la economía keynesiana y enfatiza la importancia de las políticas fiscales y monetarias y de la demanda agregada para estabilizar la economía. Según Krugman, la falta de demanda puede causar fluctuaciones y crisis en los mercados, lo que puede provocar desempleo y recesiones. Propone la intervención del gobierno para impulsar la demanda, mediante el gasto público o la modificación de las tasas de interés, con el objetivo de impulsar el crecimiento económico y la generación de empleos. Además, Krugman

destaca la relevancia de la regulación en la resolución de problemas de mercado, como las burbujas financieras, y respalda políticas progresistas, como la redistribución de la riqueza, para combatir las desigualdades económicas. La discusión sobre la política económica y la macroeconomía modernas ha centrado su teoría.

De acuerdo con Fontestad (2021), uno de los fundadores de la Escuela Austriaca de Economía, el mercado determina el valor de un bien, el cual no se deriva de sus costes de producción, como afirman algunas teorías anteriores, sino de la utilidad subjetiva que los individuos atribuyen a ese bien. En otras palabras, el valor de un producto viene determinado por las preferencias individuales y el nivel de satisfacción que proporciona a los clientes. Menger también destacó la importancia del intercambio voluntario en el mercado como proceso que permite a las personas mejorar su bienestar, y definió el mercado como un sistema descentralizado en el que los precios vienen determinados por la interacción de la oferta y la demanda. Los precios fluctúan en respuesta a los cambios en las preferencias de los consumidores y a la disponibilidad de recursos (Esteve, 2021).

En su teoría, uno de los elementos principales del mercado es el dinero, y lo expresa a través de su teoría específica del origen del dinero por utilidad, sostiene que este se desarrolla orgánicamente en respuesta a las necesidades del comercio en una economía, y surge como medio de intercambio debido a su utilidad para superar las limitaciones del trueque directo, ya que necesitan que dos partes tengan coincidencias exactas en sus deseos y recursos. El dinero, en cambio, se convierte en un bien universalmente aceptado que facilita el comercio al permitir que las personas intercambien bienes y servicios de forma más eficiente (Anguita y Labrador, 2019).

El economista austriaco Rezkalah (2021), realizó una importante contribución a la Escuela Austriaca de Economía que comenzó Menger. Su teoría de mercado está enfocada en la teoría del valor y el interés. En cuanto a su teoría del valor, Böhm-Bawerk lo define como un valor subjetivo; sugiere que el uso que los individuos atribuyen a un bien depende de sus preferencias particulares. Con respecto al interés, investiga por qué la gente prefiere consumir en el presente antes que en el futuro. Argumentaba que el interés sirve como recompensa por abstenerse de consumir en el presente y favorecer el consumo en el futuro. Esto afecta a cómo se forman los tipos de interés en los mercados financieros (Arancibia, 2021). Bawerk también planteó una teoría del capital; argumentaba que el capital es un conjunto de bienes producidos que

se utilizan en la producción de bienes y servicios futuros. Además, discutió la idea de la "ronda" de producción, en la que los bienes pasan por varias etapas de producción antes de convertirse en productos finales.

Por otro lado, la teoría del mercado de Eguiluz y Mendiguren (2019), se centra en los principios subyacentes que rigen la economía de mercado. Se hace hincapié en la interacción entre la oferta y la demanda como mecanismo primordial para determinar los precios y las cantidades de bienes y servicios. Mankiw también introduce conceptos como la elasticidad para evaluar la sensibilidad de los participantes en el mercado a los cambios de precios. Además, investiga la eficiencia del mercado, argumentando que en condiciones de competencia perfecta, los precios reflejan eficazmente los costes y las preferencias de los consumidores, maximizando el bienestar económico. Sin embargo, reconoce que en situaciones que implican monopolios o externalidades, el gobierno puede desempeñar un papel regulador para corregir las distorsiones del mercado y promover el bienestar general. En conjunto, su enfoque proporciona una base para comprender cómo funcionan los mercados en una economía de mercado y cómo abordar los defectos de la misma (Costas, 2020).

En una perspectiva un tanto diferente, se encuentra el punto de vista de Arango y Arevalo (2022), cuya teoría del mercado es crítica, ya que subraya que los mercados no siempre funcionan a la perfección. Destaca la existencia de asimetrías de información; estos desequilibrios se producen cuando una de las partes de una transacción dispone de más información que la otra, lo que puede dar lugar a decisiones ineficaces, como una asignación inadecuada de los recursos. También hace hincapié en la presencia de poder de mercado, en el que ciertas empresas pueden influir en los precios y distorsionar la competencia, perjudicando a los consumidores. Además, Stiglitz cree que las externalidades, como la contaminación, están infravaloradas en los mercados y pueden hacer necesaria la intervención del gobierno. En general, aboga por que el gobierno desempeñe un papel activo en la regulación y corrección de los mercados para promover el bienestar general (De Bartolome, 2020).

Bajo una perspectiva diferente, la teoría de mercado de Orozco (2020), se desarrolla en un contexto de economías en desarrollo, de la relevancia de la propiedad y la formalización económica. De Soto sostiene que la falta de títulos de propiedad claros y la informalidad económica son obstáculos al desarrollo porque restringen el acceso al

crédito y la participación en los mercados legales. Aboga por la emisión de títulos de propiedad y una regulación eficaz para salvaguardar los derechos de propiedad y promover la formalización de la economía informal. Plantea que la formalización de la propiedad y de la actividad económica debería abrir oportunidades de inversión, reducir la pobreza y potenciar el desarrollo económico en estas zonas. Su estudio ha tenido un impacto en las políticas de desarrollo y económicas (Neves, 2023).

## **2. Elementos de la teoría del mercado**

### **2.1. Oferta y demanda**

De acuerdo a Marmolejo (2022), los términos oferta y demanda son conceptos económicos clave que definen cómo se determinan los precios y las cantidades de bienes y servicios en un mercado. El término "oferta" se refiere a la cantidad de un producto o servicio que los fabricantes están dispuestos a ofrecer en el mercado a distintos precios. En general, existe una relación directamente proporcional entre el precio y la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer, es decir, a precios más altos, los productores están dispuestos a producir y vender más. Según Ramon (2020), la oferta de mercado microeconómica, a diferencia de la oferta individual, se refiere a la cantidad total de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a distintos precios en un mercado determinado. En ella influyen factores como el precio del bien, los costes de producción, la tecnología, las expectativas y la competencia. La oferta de mercado se representa como una curva que presenta la relación existente entre el precio y la cantidad ofertada, lo cual también es fundamental para comprender cómo los fabricantes toman decisiones y se adaptan a los cambios del mercado (Martinez y Poyanco, 2022).

Como menciona Huamán y Antayhua (2021), a diferencia de la oferta de mercado, se puede analizar también la oferta agregada en un nivel macroeconómico, la cual se refiere a la cantidad total de bienes y servicios que todas las empresas de una economía determinada están dispuestas a producir y suministrar a distintos niveles de precios a lo largo de un periodo de tiempo determinado. No se limita a un único mercado o sector, sino que representa toda la producción de la economía. La oferta agregada se basa en factores como la disponibilidad de recursos, la tecnología, los costes de producción, la capacidad productiva de una empresa y las expectativas empresariales. Esta oferta se representa gráficamente como una curva de oferta

combinada, que representa la relación entre el nivel general de precios de la economía y la cantidad total de producción que las empresas están dispuestas a ofrecer, siendo un factor determinante para definir el nivel de inflación de un país y adoptar determinadas políticas fiscales y monetarias (Henríquez, 2020).

Por otro lado, la "demanda" se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los consumidores desean adquirir a distintos precios. En general, existe una relación inversa entre el precio y la cantidad comprada: a precios más bajos, los consumidores desean comprar más (Labbé, 2020). Sin embargo, como menciona Miranda (2021), es importante aclarar que la demanda individual es distinta a la demanda de mercado, la cual se refiere a la cantidad total de un bien o servicio que todos los consumidores de un mercado específico desean comprar a distintos niveles de precios durante un periodo de tiempo determinado. La demanda de mercado se obtiene sumando las cantidades demandadas individualmente por todos los consumidores de ese mercado. Varios factores influyen en la demanda del mercado, entre ellos el precio del artículo o servicio en cuestión, los precios de los bienes relacionados (sustitutos y suplementos), la renta de los consumidores, las preferencias personales y otros factores que pueden influir en la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar (Herrera y Henao, 2023). Sin embargo, de acuerdo a la ley de la demanda, cuando los demás factores permanecen constantes, la cantidad demandada de un bien disminuye a medida que sube su precio y aumenta cuando éste baja. Esto se debe a que, a medida que bajan los precios, los consumidores tienden a comprar más bienes debido a su mayor adecuación, lo cual es conocido en la teoría económica como (Rincón, 2020).

Y mientras la demanda de mercado se analiza en un nivel microeconómico, en un nivel macroeconómico, la demanda analizada, se denomina "demanda agregada". De acuerdo Rodríguez (2021) la demanda agregada es la cantidad total de bienes y servicios deseados en una economía dada durante un periodo de tiempo determinado. Está formada por varios componentes clave: el consumo, que refleja el gasto de los hogares en bienes y servicios; la inversión, que incluye el gasto de las empresas en actividades productivas; el gasto público en servicios y proyectos; y las exportaciones netas, que indican la diferencia entre exportaciones e importaciones. La demanda agregada se utiliza para analizar el nivel de producción e inflación de una economía. Los cambios en estos componentes pueden tener un impacto significativo en el crecimiento económico de un país (Robles et al, 2020).

## 2.2. Precio

De acuerdo a Contreras (2020), en teoría económica, el precio es el valor monetario asignado a un bien o servicio en un mercado. Funciona como un indicador esencial que equilibra la oferta y la demanda, por lo que es un aspecto clave en una economía de mercado. El precio viene determinado por la interacción entre compradores y vendedores. Cuando la demanda de un bien o servicio supera a la oferta, los precios tienden a subir porque los compradores compiten por él. Por otra parte, si la oferta supera a la demanda, los precios tienden a bajar, ya que los vendedores intentan atraer a los clientes ofreciendo precios más bajos.

Según Arancibia (2021), los precios desempeñan una serie de funciones fundamentales en la economía. En primer lugar, funcionan como mecanismo de almacenamiento de información, reflejando la escasez o abundancia de bienes y servicios en el mercado. Esta información ayuda a compradores y vendedores a tomar decisiones con conocimiento de causa. Además, los precios son fundamentales para distribuir eficientemente los recursos en la economía, porque los recursos tienden a asignarse a la producción de bienes y servicios que generan mayores beneficios debido a los precios más altos (Couto, 2021).

Para Gómez (2020), los precios también pueden servir como mecanismo de incentivo. Un precio más alto puede animar a los productores a aumentar la producción, ya que obtendrán más beneficios. Por otra parte, un precio más bajo puede desincentivar una producción excesiva y animar a los compradores a adquirir más unidades. Cuando los bienes son escasos, los precios también pueden funcionar como mecanismo de racionamiento, garantizando que los recursos se asignan a quienes están dispuestos a pagar más por ellos (Duque et al, 2021). Como indica Costas (2020), los precios no son fijos, pueden cambiar según el momento, el lugar y las circunstancias. Los cambios en la oferta, la demanda, la tecnología y otros factores pueden influir en los precios.

Además, en algunos casos, los precios pueden estar sujetos a regulaciones gubernamentales, como el control de precios, que es una acción gubernamental que implica el establecimiento de límites o regulaciones sobre los precios de bienes y servicios en la economía. Esto se hace para influir en la inflación, proteger a los consumidores, mantener la estabilidad económica o abordar problemas específicos relacionados con la oferta y la demanda de productos concretos. El gobierno puede fijar

precios máximos para evitar subidas excesivas, o precios mínimos para garantizar pagos justos a los productores. Los controles de precios suelen aplicarse a bienes esenciales como alimentos, medicinas y servicios públicos. Aunque pueden tener beneficios inmediatos, como la contención de los precios, también pueden dar lugar a problemas como la escasez y la reducción de la calidad, y se utilizan con frecuencia como tales (De Bartolome, 2020). Asimismo, el gobierno también puede aplicar una regulación antimonopolio, para garantizar que el mercado funcione de forma equitativa y eficiente.

Según Huapaya y Sanchez (2019), existe un elemento que es fundamental en el establecimiento de precios, y es el dinero. El valor que adquiere este último es el poder adquisitivo de una unidad monetaria, o cuántos bienes y servicios pueden adquirirse con una determinada cantidad de dinero. Los precios en la economía fluctúan en respuesta a los cambios en el valor del dinero. Uno de los factores que explican esta relación es la inflación, que se produce cuando el valor del dinero disminuye como consecuencia de un aumento de los precios generalizados en la economía. En un entorno inflacionista, con la misma cantidad de dinero se compran menos bienes y servicios que antes. Los precios tienden a subir, lo que se refleja en un índice de precios en constante aumento (Henríquez, 2020). Por otro lado, la deflación es el fenómeno opuesto, en el que el valor del dinero sube mientras que los precios bajan. Esto puede deberse a una disminución de la demanda, a una caída de la oferta monetaria o a cambios en la producción. En un entorno deflacionista, los consumidores pueden posponer las compras con la esperanza de que los precios bajen más (Gaitan et al, 2020).

Como el objetivo de muchos bancos centrales y responsables de política económica es lograr la estabilidad de precios, deben mantener el valor del dinero relativamente estable a lo largo del tiempo, evitando inflaciones o deflaciones significativas. La estabilidad de precios es fundamental para garantizar que los contratos y las transacciones sean predecibles y que los ahorros y las inversiones conserven su valor real. El valor del dinero también está relacionado con la cantidad de dinero en circulación en la economía. Si la oferta de dinero crece más deprisa que la demanda de bienes y servicios, es probable que se produzca inflación. Por el contrario, si la oferta de dinero disminuye o crece a un ritmo inferior al de la demanda, la economía puede experimentar deflación.

### 2.3. Equilibrio de mercado

De acuerdo a Akhtyrskaya et al (2022), el equilibrio de mercado es un concepto económico fundamental que se refiere a una situación en la que la cantidad de un bien o servicio que desean los compradores es igual a la cantidad que los vendedores están dispuestos a ofrecer, al precio y en las condiciones establecidas en un mercado concreto. En este punto, la oferta y la demanda son iguales, lo que se traduce en estabilidad de precios y cantidad intercambiable en el mercado. El equilibrio viene definido por un determinado "precio de equilibrio", en el que compradores y vendedores acuerdan el precio, y una "cantidad de equilibrio", que representa el número de bienes o servicios intercambiados a ese precio.

Como menciona Ortiz (2023), mientras el equilibrio de mercado es un indicador microeconómico, a nivel macroeconómico, este equilibrio se denomina “equilibrio agregado”, que se refiere a una situación en la que la cantidad total de producción (o PIB) en una economía es igual a la cantidad total de gasto en esa producción. Representa un estado de equilibrio entre la producción económica total y el consumo. Dentro de sus principales componentes se encuentra la identidad del equilibrio agregado, ya que este se basa en la identidad de la economía, que establece que el PIB, que representa la producción económica global, es igual a la suma de los componentes del agregado. Estos componentes incluyen el gasto de consumo, la inversión, el gasto público y las exportaciones netas (exportaciones menos importaciones) (Miranda, 2021).

El equilibrio agregado se puede analizar en un corto y largo plazo. En corto plazo puede variar debido a fluctuaciones en la demanda agregada y la oferta agregada. El punto de equilibrio se alcanza cuando la demanda agregada es igual al PIB real. En cambio, a largo plazo, la economía tiende a ajustarse a un estado en el que el PIB es igual al PIB potencial, que es la producción máxima sostenible de una economía. Son posibles los ajustes de precios y salarios, y la economía se esfuerza por alcanzar un estado de pleno empleo (Paredes et al, 2019). Otro de los factores del equilibrio agregado es la importancia de las políticas, ya sean fiscales o monetarias, que se utilizan para influir en el equilibrio agregado. Por ejemplo, el Gobierno puede aumentar el gasto público o bajar los tipos de interés para impulsar la demanda agregada y alcanzar el pleno empleo (Limonta, 2021).

Por otro lado, según Orozco (2020), la noción económica básica de equilibrio de mercado ha sido objeto de numerosas críticas a lo largo de los años. Estas críticas se centran en diversas limitaciones y simplificaciones del modelo de equilibrio de mercado, que no siempre capta adecuadamente la complejidad de las economías del mundo real. En primer lugar, el modelo de equilibrio de mercado se basa en hipótesis simplificadas como la competencia perfecta, la información perfecta y la racionalidad perfecta de los agentes económicos. Estas hipótesis no suelen reflejar con exactitud el comportamiento humano en la vida real, donde la información es limitada, las decisiones están influidas por factores emocionales y cognitivos y la competencia es imperfecta en muchos mercados. Otra crítica importante se refiere a las externalidades, que son consecuencias no deseadas o no pagadas que afectan a terceros que no participan en una transacción de mercado.

Los modelos de equilibrio de mercado no suelen tener en cuenta externalidades como la contaminación ambiental, que puede dar lugar a una asignación ineficiente de los recursos y a problemas como la sobreexplotación de los recursos naturales (Resiso, 2019). Además, la asimetría de la información es una realidad en muchos mercados, en los que una parte tiene más información que la otra. Este desequilibrio puede dar lugar a decisiones ineficaces y a problemas como el fraude en el mercado o la selección de adversarios, que no se reflejan adecuadamente en el modelo de equilibrio (Miranda, 2021). Otra crítica al equilibrio del mercado es que no tiene en cuenta la desigualdad en la distribución de la renta y la riqueza. Los precios del mercado no tienen en cuenta las diferencias en la capacidad de pago y las necesidades de los consumidores, lo que puede dar lugar a disparidades económicas. Además, como indica Leyva (2022), fallos del mercado como los monopolios, la información asimétrica, la competencia imperfecta y la falta de competencia en sectores críticos pueden dar lugar a asignaciones ineficaces de recursos, que el modelo de equilibrio no aborda adecuadamente.

Para Rodríguez et al (2020), es posible que el paradigma del equilibrio del mercado no tenga plenamente en cuenta el bienestar social. Los precios pueden no reflejar el valor de los bienes y servicios para la sociedad en su conjunto, lo que puede llevar a decisiones que no maximicen el bienestar general. Así también, el cambio tecnológico y la innovación, que tienen el potencial de alterar significativamente los equilibrios de mercado existentes y crear retos económicos, suelen quedar excluidos del modelo de equilibrio (Arango y Arevalo 2022).

## 2.4. Elasticidad

Según Costas (2020), el término "elasticidad" en economía se refiere a la sensibilidad de la cantidad demandada o suministrada de un bien o servicio en respuesta a cambios en sus determinantes, en particular su precio. Esta medida proporciona información útil sobre cómo reaccionan los consumidores y los productores ante las fluctuaciones de los precios y otros factores económicos. La elasticidad es una herramienta fundamental para comprender y prever el comportamiento del mercado, así como la dinámica de la oferta y la demanda.

De acuerdo a Esteve (2021), existen varios tipos de elasticidades económicas, una de las más comunes es la "elasticidad-precio de la demanda", que es una medida económica que evalúa la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien o servicio a los cambios de precio. La elasticidad-precio de la demanda se expresa como un coeficiente que representa el cambio porcentual de la demanda en relación con el cambio porcentual del precio. De acuerdo a los resultados de la aplicación de su fórmula, la demanda se puede clasificar primero en demanda elástica si la elasticidad del precio es superior a uno, es decir, la cantidad demandada varía en una proporción mayor que la variación del precio; lo que indica que los consumidores son sensibles a las fluctuaciones de los precios, y una disminución del precio podría aumentar los ingresos totales (Cruces, 2021).

En segundo lugar, la demanda puede clasificarse como demanda unitaria, ya que si la elasticidad precio es igual a uno, es decir, la cantidad demandada cambia en la misma proporción que el precio. En este caso, un cambio en el precio no tiene ningún efecto sobre los ingresos totales. Por su parte, la demanda se considera inelástica si la elasticidad del precio es inferior a uno, es decir, la cantidad demandada varía en una proporción inferior a la variación del precio. Esto indica que los consumidores no son especialmente sensibles a las fluctuaciones de precios, por lo que una disminución del precio puede reducir los ingresos totales (Marmolejo, 2022). De acuerdo a Ramon (2020), este tipo de elasticidad ayuda a las empresas a elaborar estrategias de precios, teniendo en cuenta cómo afectarían los cambios a la demanda y los ingresos. También es útil en la formulación de políticas económicas como impuestos y subvenciones, ya que puede predecir cómo afectarán estas medidas al comportamiento de los consumidores y a la recaudación de ingresos públicos.

Por otro lado, la "elasticidad cruzada de la demanda" es una medida que evalúa cómo cambia la cantidad demandada de un bien en respuesta a cambios en el precio de otro bien relacionado (Martínez y Poyanco, 2022). Si la elasticidad cruzada es positiva, significa que los bienes son sustitutivos, y un aumento del precio de uno provoca un aumento de la demanda del otro. Si es negativa, indica que son complementarios, y un aumento del precio de uno reduce la demanda del otro. Si el precio es cercano a cero, los bienes son independientes de la demanda. Según Labbé (2020), esta medida es fundamental para entender cómo interactúan los productos con los consumidores y es relevante para las decisiones empresariales y de política económica.

La "elasticidad ingreso de la demanda" es otro de los tipos de elasticidad. De acuerdo a Anguita y Labrador (2019), es una medida que evalúa cómo cambia la cantidad demandada de un bien en respuesta a cambios en la renta de los consumidores. Si la elasticidad es positiva, el bien es normal, lo que significa que a medida que aumenta la renta, también lo hace la cantidad demandada. Si la elasticidad es negativa, el bien es inferior, lo que significa que a medida que aumenta la renta, disminuye la cantidad demandada. Esta métrica es fundamental para entender cómo se relacionan las preferencias de los consumidores con los niveles de renta, y es importante tanto para las empresas que buscan segmentar el mercado como para los responsables políticos interesados en comprender cómo afectan los cambios en la renta al bienestar de las personas.

Finalmente, de acuerdo a Resiso (2019), la "elasticidad precio de la oferta" es una medida que evalúa la sensibilidad de la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado en respuesta a las variaciones de precios. Si esta elasticidad es superior a uno, la oferta se considera elástica, lo que significa que los productores son muy sensibles a las fluctuaciones de los precios, y un aumento de éstos puede dar lugar a un incremento significativo de la cantidad ofrecida. Si la elasticidad es igual a uno, la oferta se considera unitaria, lo que significa que una variación del precio no tiene ningún efecto sobre la cantidad ofrecida en términos porcentuales. Por último, si la elasticidad es inferior a uno, la oferta se considera inelástica, lo que indica que los productores no son excesivamente sensibles a las fluctuaciones de los precios, y un aumento de éstos provoca un incremento moderado de la cantidad ofrecida. Esta métrica es fundamental para que las empresas comprendan

cómo ajustar su producción en respuesta a los cambios de precios, y es importante para tomar decisiones empresariales y comprender la dinámica del mercado (Quintero, 2023).

En general, como refiere Martín (2020), la elasticidad es fundamental para tomar decisiones empresariales, desarrollar políticas gubernamentales y comprender cómo funcionan los mercados. Por ejemplo, si un bien tiene una gran demanda, bajar el precio puede aumentar los ingresos totales, mientras que un bien con demanda inelástica, puede reducirlos si se aplica la misma medida de reducción de precios. Del mismo modo, la flexibilidad de la oferta puede ayudar a predecir cómo reaccionarán los productores ante cambios en los costes de producción o en los tipos de interés.

## **2.5. Competencia**

Según Paredes et al (2019), la competencia es una noción central de la teoría económica que se refiere a la interacción entre productores y consumidores en un mercado. Se distingue por la presencia de numerosos productores y consumidores que operan de forma independiente. Dado que las empresas quieren destacar y atraer clientes ofreciendo precios competitivos y productos de alta calidad, la competencia impulsa la eficiencia económica, la innovación y la mejora de la calidad de los productos.

### **2.5.1. Tipos de Competencia**

#### **2.5.1.1. Competencia perfecta**

Existen varios tipos de competencia; uno de ellos es la competencia perfecta. De acuerdo a Cairampoma (2021), el modelo de "competencia perfecta" es un modelo económico que describe un mercado en el que muchas empresas ofrecen productos idénticos, no hay restricciones de precios y los consumidores disponen de información completa y fácil acceso al mercado. En este paradigma, las empresas compiten libremente, sin barreras para entrar o salir del mercado. Los precios vienen determinados únicamente por la oferta y la demanda, y ninguna empresa tiene influencia sobre ellos. Aunque la competencia perfecta es una idea teórica que rara vez existe en la realidad, puede utilizarse para entender cómo lograr la eficiencia económica en la asignación de recursos y la maximización del bienestar del consumidor en un mercado.

De acuerdo a De Bartolome (2020), en un mercado perfectamente competitivo, las curvas de la oferta y la demanda se comportan de una manera determinada. Por un lado, la curva de la demanda en un mercado perfectamente competitivo es perfectamente elástica, es decir, una línea horizontal en el gráfico de la oferta y la demanda. Esto significa que los consumidores están dispuestos a comprar cualquier cantidad de un bien al precio de equilibrio del mercado, pero no a precios más altos. La demanda es tan elástica que los consumidores pueden obtener bienes al precio de equilibrio, y no hay incentivos para que las empresas cobren más o menos que ese precio.

Por otro lado, en un mercado perfectamente competitivo, la curva de oferta también es horizontal y coincide con la curva de demanda. Las empresas son "tomadoras de precios", lo que significa que no pueden influir en los precios del mercado y deben vender sus productos a los precios de equilibrio del mercado. Pueden aumentar la cantidad producida en relación con el precio de equilibrio, pero no pueden vender a precios más altos (Akhtyrskaya, 2022). El punto de intersección de las curvas de oferta y demanda representa el equilibrio perfecto del mercado. En este punto, la cantidad que los consumidores quieren comprar es la misma que la cantidad que las empresas quieren producir, y el precio es el mismo para todas las empresas. En resumen, en un mercado de competencia perfecta, tanto la curva de la oferta como la de la demanda son horizontales, lo que indica que los precios son constantes y que las empresas producen a un nivel de equilibrio (Costas, 2020).

#### **2.5.1.2. Competencia imperfecta**

Según Rodríguez et al (2020), la "competencia imperfecta" es una noción económica que se refiere a las situaciones de mercado en las que no se cumplen todas las condiciones de la competencia perfecta. A diferencia de la competencia perfecta, que se caracteriza por un gran número de empresas que ofrecen productos idénticos y no tienen poder de mercado, en la competencia imperfecta las empresas tienen cierto poder de mercado para influir en los precios y las condiciones del mercado. Esto puede deberse a la diferenciación de los productos por su calidad, marca, características u otros factores, lo que significa que las empresas tienen cierto poder de mercado para influir en los precios y atraer a los clientes mediante dicha diferenciación; asimismo las barreras de entrada implican impedimentos a la entrada de nuevas empresas en el mercado, como costes significativos, normativas o economías de escala, que limiten la

competencia. Este tipo de competencia se presenta a través de distintas modalidades, las que se presentan a continuación.

#### **2.5.1.2.1. Monopolio**

De acuerdo a Contreras (2020), una competencia imperfecta puede presentarse en forma de monopolio. Este es un modelo en el que una sola empresa o proveedor controla y domina todo un mercado, actuando como proveedor exclusivo de un bien o servicio específico. Esto le confiere un alto nivel de poder de mercado porque no tiene competidores directos y puede tener un impacto significativo en los precios y la producción. Con frecuencia, el monopolio se apoya en barreras de entrada, como patentes, derechos exclusivos, elevados costes de entrada o propiedad sobre recursos clave, que dificultan que otras empresas compitan en el mismo mercado. Los monopolios pueden suscitar preocupación por las prácticas anticompetitivas y la asignación ineficiente de recursos, lo que lleva a la aplicación de leyes antimonopolio y regulaciones gubernamentales en muchos países (Couto, 2021).

De acuerdo a Duque et al (2021), dentro de los monopolios existe un tipo específico denominado "monopolios naturales"; estos son monopolios que existen en sectores o industrias en los que una sola empresa puede producir todos los bienes o servicios necesarios de forma más eficiente y a un coste menor que varias empresas competidoras. Estos monopolios se consideran "naturales" porque surgen de características intrínsecas a la producción y no de barreras artificiales o prácticas anticompetitivas. Según Fontestad (2021), los monopolios naturales se benefician de las economías de escala, lo que significa que a medida que producen más unidades, sus costes unitarios disminuyen. Esto hace que sea más eficiente que una sola empresa produzca todos los aspectos de un producto o servicio en lugar de que compitan varias empresas.

Los monopolios naturales suelen tener costes elevados, lo que implica que han invertido una cantidad significativa de recursos en infraestructura y tecnología para operar en su sector. Esto actúa como una barrera a la entrada de nuevos competidores, ya que los nuevos participantes tendrán dificultades para igualar estas inversiones (Gutierrez et al, 2023). En sectores como la distribución de agua, la electricidad o los servicios de transporte público, una sola empresa puede optimizar y gestionar la red de infraestructuras de forma eficiente, lo que beneficia tanto a los costes como a la calidad

del servicio. Y dado que los monopolios naturales tienen poder de mercado y pueden obstaculizar la competencia, suelen estar sujetos a la regulación gubernamental. Los reguladores fijan precios, condiciones y normas para garantizar que los consumidores reciban servicios de alta calidad a precios razonables (De Bartolome, 2020).

#### **2.5.1.2.2. Competencia monopolística**

Siguiendo a Esteve (2021), la "competencia monopolística" es un tipo de estructura de mercado que existe entre los extremos de la competencia perfecta y el monopolio. Un mercado con "competencia monopolista" es aquel en el que varias empresas compiten ofreciendo productos o servicios comparables pero no idénticos. Para atraer clientes, cada empresa se esfuerza por diferenciar su producto mediante características como la marca, el diseño, la calidad y el servicio al cliente. Aunque tienen cierto poder sobre los precios, no los controlan totalmente. Las empresas suelen invertir en relaciones públicas y estrategias de marketing para destacar sus productos y competir en función de la percepción y la imagen de marca. La competencia monopolística existe en sectores en los que la diferenciación es crucial, como la moda, la electrónica de consumo o los servicios profesionales, y fomenta la innovación y la diversidad de productos para los consumidores. Como menciona Arango y Arevalo (2022), en algunos casos, los gobiernos intervienen para mantener la competencia y evitar prácticas monopolísticas o anticompetitivas. Esto puede incluir políticas antimonopolio, regulación de precios y supervisión de fusiones y adquisiciones para garantizar la competencia en el mercado.

#### **2.5.1.2.3. Oligopolio**

Según Neves (2023), un oligopolio es un modelo en el que sólo unas pocas grandes empresas dominan un mercado, ofreciendo productos o servicios comparables. Estas empresas están inextricablemente vinculadas, y decisiones estratégicas como las estrategias de precios y marketing afectan a las demás. A menudo, el oligopolio da lugar a una competencia estratégica, en la que las empresas intentan superar a sus competidores y tienen cierto poder de fijación de precios. Las barreras de entrada, como los elevados costes de puesta en marcha o la normativa, dificultan la entrada de nuevos competidores en el mercado. Algunos ejemplos son la industria de la telefonía móvil y la industria del automóvil. Así como en los monopolios, a veces se recurre a la reglamentación para evitar prácticas anticompetitivas en los oligopolios (Oliveira et al, 2020).

De acuerdo a Marmolejo (2022), existen diferentes tipos de oligopolios. Así, en un oligopolio concentrado, unas pocas empresas dominan el mercado y pueden ejercer un poder de mercado significativo. Por otro lado, en un oligopolio diferenciado, las empresas compiten ofreciendo productos comparables con diferencias perceptibles como la calidad, el diseño o la marca. En un oligopolio colusorio, las empresas colaboran para fijar los precios e impedir la competencia, lo que puede dar lugar a precios más altos. A diferencia de los oligopolios no colusorio, donde las empresas compiten abiertamente sin ponerse de acuerdo para fijar los precios. También existen oligopolios globales, en los que las empresas multinacionales dominan el mercado en varios países, y oligopolios cooperativos, en los que las empresas pueden colaborar en algunas áreas mientras compiten en otras (Herrera et al, 2023).

Por otra parte, el concepto de oligopolio presenta cierta cercanía con el de cártel. De acuerdo a Ortiz (2023), las similitudes entre los oligopolios y los cárteles se derivan del hecho de que ambos implican a un pequeño número de empresas que dominan un mercado específico y tienen capacidad para influir en los precios y la producción. En ambos casos, las empresas pueden ejercer poder de mercado y tratar de maximizar sus beneficios. Además, la cooperación entre empresas puede estar presente en ambas estructuras, aunque en distinto grado. Según Limonta (2021), las principales diferencias son que en un oligopolio, las empresas compiten de forma independiente y no mantienen acuerdos explícitos para coordinar sus actividades, mientras que en un cártel, las empresas llegan a acuerdos formales y explícitos para coordinar sus actividades y eliminar la competencia. Muchas jurisdicciones consideran ilegales los cárteles por su naturaleza anticompetitiva, aunque los oligopolios pueden operar legalmente si no incurren en prácticas colusorias.

#### **2.5.1.2.4. Oligopsonio**

De acuerdo a Orozco (2020), el oligopsonio es una estructura de mercado en la que un pequeño número de compradores o vendedores ejercen un alto grado de influencia y poder de negociación en un mercado específico. A diferencia de la competencia perfecta, en la que hay muchos compradores, en un oligopsonio sólo unas pocas empresas u organizaciones dominan la demanda de un bien o servicio frente a un gran número de vendedores o proveedores. Esto crea una situación en la que los compradores tienen una influencia significativa sobre los precios y las condiciones de compra.

Como refiere Labbé (2020), en un mercado de oligopsonio, los compradores tienen capacidad para negociar precios más bajos para los bienes o servicios que adquieren, así como para imponerles condiciones ventajosas. Los vendedores, por su parte, pueden tener dificultades para localizar compradores alternativos y, en consecuencia, encontrarse en una posición de debilidad en las negociaciones. El oligopsonio puede darse en diversos sectores, como la agricultura, la industria manufacturera, la minería y la distribución minoritaria, en los que un pequeño número de empresas o minorías dominan la compra de productos a múltiples productores. Para Huamán y Antayhua (2021), esto puede tener una serie de consecuencias, como precios más bajos para los vendedores y una mayor presión para subordinarse a las condiciones de venta.

Como sugiere Leyva (2022), es importante esclarecer la diferencia entre los oligopolios y los oligopsonios. La diferencia fundamental entre oligopolio y oligopsonio es que el oligopolio se centra en el lado de la oferta, donde unas pocas empresas dominan la producción y compiten entre sí, mientras que el oligopsonio se centra en el lado de la demanda, donde unas pocas empresas ejercen un importante poder de negociación y control en un mercado específico. Las empresas de un oligopolio tienen capacidad para influir en los precios y las condiciones de venta, mientras que las empresas de un oligopsonio tienen capacidad para influir en los precios y las condiciones de compra. Ambos tipos de estructuras de mercado pueden tener un impacto significativo en la dinámica de los precios y la competencia en sus respectivos sectores.

#### ***2.5.1.2.5. Competencia de monopolista bilateral***

Según Quintero (2023), este tipo de competencia imperfecta es una estructura de mercado caracterizada por la presencia de un único comprador y un único vendedor para un determinado bien o servicio. A diferencia de otros tipos de estructuras de mercado en las que participan varios compradores y vendedores, en la competencia bilateral monopolista sólo hay un comprador y un vendedor. Esta situación crea un alto nivel de interdependencia entre el comprador y el vendedor durante el proceso de negociación. Debido a sus posiciones monopolísticas en sus respectivos puestos de trabajo, el comprador y el vendedor tienen un mayor poder de negociación y control sobre los precios y las condiciones de venta en esta estructura de mercado (Martin,

2020). Ambas partes tienen capacidad para influir en las condiciones del acuerdo y sus decisiones pueden tener un impacto significativo en el mercado.

#### **2.5.1.2.6. 2.6. Duopolio**

De acuerdo a Costas (2020), un duopolio es una estructura de mercado en la que sólo dos empresas dominan el suministro de un bien o servicio en un sector determinado. Estas dos empresas son competidores importantes con un poder de mercado significativo. La interdependencia de las dos empresas distingue a un duopolio, porque cualquier decisión que tome una repercute directamente en la otra. Esto se traduce en estrategias competitivas como la fijación de precios, la publicidad agresiva o la diferenciación de productos, con el objetivo de obtener una ventaja competitiva. Las empresas de un duopolio pueden a veces colaborar, es decir, llegar a acuerdos para coordinar sus acciones y maximizar sus beneficios. Sin embargo, la colusión suele estar sujeta a la normativa antimonopolio para evitarla.

En un duopolio, la asignación de precios se basa en las estrategias competitivas de las dos empresas líderes. Como refiere Gaitan et al (2020), pueden competir agresivamente bajando los precios para ganar cuota de mercado, lo que puede desembocar en una guerra de precios y beneficiar a los consumidores con precios más bajos. También pueden optar por fijar los precios a niveles que les permitan obtener mayores márgenes de beneficio, ya sea mediante la colusión (que puede ser ilegal) o mediante la diferenciación de productos y servicios. Otra opción es fijar los precios en función de los costes de producción para asegurarse de que cubren sus costes y, posiblemente, generan unos beneficios razonables. La asignación de precios en un duopolio viene determinada por factores como la competencia, la regulación y las estrategias de fijación de precios (Cairampoma, 2021).

Según Couto (2021), cualquiera que sea el tipo de competencia, una de las mayores críticas es que no siempre puede resolver los problemas de externalidades, como la contaminación, porque las consecuencias no deseadas no pueden internalizarse en los precios de mercado. Y dado que en un mundo globalizado, la competencia se extiende más allá de las fronteras nacionales, dando lugar a una competencia global entre empresas y países, lo que tiene implicaciones para el comercio internacional y la política económica, genera también posiciones de poder entre las economías de escala y las economías de desescala, generando brechas sociales en la sociedad.

## 2.6. Elementos del mercado

### 2.6.1. Propiedad

La propiedad es otro de los elementos del mercado. Según De Bartolome (2020), la propiedad se refiere a la posesión legal de bienes y recursos. Los particulares y las empresas pueden ser propietarios de tierras, capital, mano de obra y otros recursos. Estos recursos son fundamentales para la producción de bienes y servicios en una economía de mercado. Por su parte, los derechos de propiedad se refieren a los derechos legales que tienen los propietarios para controlar, utilizar y disponer de sus bienes y recursos (Akhtyrskaya et al, 2022). Estos derechos son fundamentales para fomentar la inversión, el desarrollo y la gestión eficaz de los recursos. Unos derechos de propiedad claros y bien definidos son esenciales para el buen funcionamiento de los mercados.

Como refiere Henríquez (2020), en una economía de mercado, la propiedad puede transferirse mediante transacciones voluntarias como compras, ventas y contratos. Estas transacciones permiten dirigir los recursos hacia usos más valiosos, al tiempo que fomentan la competencia y la eficiencia. Por otro lado, la protección de los derechos de propiedad a través de la legislación y la aplicación de contratos es fundamental para garantizar que los particulares y las empresas tengan la seguridad de que sus actividades no serán apropiadas por otros sin su acuerdo, lo que fomenta la inversión y la gestión eficaz de los recursos, al mismo tiempo que incentiva a los propietarios a utilizar y gestionar eficazmente sus activos, ya que esperan cosechar los beneficios de su inversión y esfuerzo. Además, unos derechos de propiedad bien definidos pueden ayudar a abordar las externalidades al responsabilizar a los propietarios de los costes asociados a sus acciones.

De acuerdo a Ramon (2020), la propiedad de los recursos y los activos influye en las decisiones de producción al determinar quién tiene el control, cuánto dinero se invierte en mejoras, el número de bienes y servicios producidos, los planes estratégicos, la gestión de externalidades y la competitividad en sectores como el inmobiliario. Los propietarios, ya sean particulares o empresas, toman decisiones en función de sus objetivos, la demanda del mercado y los incentivos para maximizar los beneficios, lo que influye en la eficiencia y la dirección de la producción. La propiedad es un aspecto crítico en la toma de decisiones y la gestión de recursos en una economía de mercado.

En una economía de mercado, existen varios tipos de propiedad. Como menciona Robles et al (2020), entre ellos está la propiedad privada, que permite a particulares y empresas tener derechos exclusivos sobre recursos como la tierra, las casas y las empresas. También existe la propiedad pública, que incluye bienes propiedad del gobierno como carreteras y escuelas. La propiedad colectiva se refiere a los bienes compartidos por grupos o comunidades, mientras que la propiedad común se refiere a los recursos patrimoniales compartidos por toda la sociedad, como los océanos y los ríos. Además, la propiedad intelectual protege los derechos sobre creaciones únicas, mientras que la propiedad industrial protege las actividades manufactureras. La propiedad inmobiliaria incluye terrenos y edificios, mientras que la propiedad personal y mobiliaria incluye muebles. Los bienes de capital son activos financieros como las acciones y los bonos.

Para Herrera et al (2023), cada tipo de propiedad desempeña un papel único en la economía, y de forma general puede influir en la demanda agregada de diversas maneras. Cuando las personas poseen activos como viviendas, negocios o bonos, tienen más poder adquisitivo y pueden gastar más en bienes y servicios, lo que aumenta la demanda agregada. La propiedad y la inversión inmobiliaria pueden estimular la inversión y el gasto económicos, creando empleo y aumentando la demanda. La confianza del consumidor también puede verse influida por la propiedad, porque los propietarios que ven que sus activos aumentan de valor tienden a sentirse más seguros y a gastar más. Además, un aumento del precio de las actividades puede tener un efecto riqueza positivo, animando a la gente a gastar más dinero. Sin embargo, estos efectos pueden variar de acuerdo a la coyuntura del país y la economía que predomine (Huapaya y Sanchez 2019)

### **2.6.2. Regulación y gobierno**

La regulación y el gobierno están inextricablemente unidos en una economía. Para Rincón (2020), la regulación económica abarca una amplia gama de normas establecidas por el gobierno para supervisar y controlar la actividad económica. Incluye normas que regulan la competencia, la protección del consumidor, la estabilidad financiera, el medio ambiente, las relaciones laborales, la propiedad intelectual y muchas más. El principal objetivo de estas normativas es garantizar que los mercados funcionen de forma justa y eficiente, equilibrando los intereses de las empresas, los consumidores y la sociedad en su conjunto. Por ejemplo, la normativa de protección del

consumidor trata de garantizar que los consumidores tengan acceso a bienes y servicios seguros y de alta calidad, protegiéndolos al mismo tiempo de prácticas comerciales engañosas.

La normativa financiera pretende mantener la estabilidad del sistema financiero y proteger a los inversores. La legislación laboral regula las relaciones laborales con el fin de garantizar una remuneración justa y unas condiciones de trabajo seguras. Las leyes de competencia deben evitar las prácticas anticompetitivas y promover la eficiencia económica. Además, el gobierno desempeña un papel importante en la recaudación de impuestos y el gasto público. Las decisiones económicas individuales y empresariales pueden verse influidas por los impuestos, y el gasto público puede impulsar la demanda agregada y fomentar las inversiones en infraestructuras y servicios públicos (Martin, 2020).

De acuerdo a Rodríguez (2021), dos de los mecanismos gubernamentales para regular la economía de un país, son las políticas fiscales y monetarias. Las políticas fiscales se refieren a las acciones gubernamentales que implican la recaudación y el gasto de fondos públicos. Esto incluye decidir cómo se recaudan los ingresos a través de impuestos sobre la renta, el consumo y otros artículos, así también cómo se gastan los fondos en áreas como la educación, la sanidad, las infraestructuras y los programas sociales. Las políticas fiscales pueden tener como objetivo equilibrar el presupuesto o estimular la economía en tiempos de recesión aumentando el gasto público o bajando los impuestos. También pueden utilizarse para controlar la inflación, redistribuir la renta, promover la inversión en infraestructuras y mantener la estabilidad macroeconómica. Las decisiones sobre la deuda pública y la sostenibilidad fiscal son también aspectos esenciales de las políticas fiscales (De Bartolome, 2020).

De acuerdo a Anguita y Labrador (2019), existen varios tipos de políticas fiscales que un gobierno puede utilizar para influir en la economía. Estas políticas fiscales se clasifican generalmente en dos tipos, políticas fiscales expansivas y políticas fiscales contractivas. Las primeras son un conjunto de políticas gubernamentales diseñadas para impulsar la actividad económica, estimular el crecimiento y aumentar la demanda agregada en tiempos de recesión o desaceleración económica. Estas políticas tienen por objeto aumentar el gasto público y/o reducir la presión fiscal sobre los ciudadanos y las empresas, y/o proporcionar incentivos para fomentar la inversión y el consumo. El aumento del gasto público se destina a proyectos de infraestructuras,

educación, sanidad y otros programas gubernamentales. Las bajadas de impuestos ponen más dinero en manos de particulares y empresas, lo que frena el gasto y la inversión. Los incentivos fiscales pueden incluir exenciones fiscales para actividades o inversiones específicas (Cruces, 2021).

Por otro lado, según Arango y Arevalo (2022), las políticas fiscales contractivas son acciones gubernamentales destinadas a reducir la demanda agregada en la economía. Se utilizan en situaciones en las que existe preocupación por la inflación, un crecimiento económico excesivo o un desequilibrio fiscal. Estas políticas incluyen la reducción del gasto público, el aumento de los impuestos o una combinación de ambos. Al reducir el gasto público, el gobierno ahorra dinero en áreas como programas sociales, infraestructuras y proyectos gubernamentales. Aumentar los impuestos, en cambio, implica aumentar la renta, el consumo o los beneficios empresariales. El objetivo es reducir la demanda de bienes y servicios en la economía, lo que podría provocar una ralentización del crecimiento económico y una reducción de la inflación (Miranda, 2021)

Por otro lado, como refiere Fernández (2021), las políticas monetarias, son un conjunto de medidas adoptadas por las autoridades monetarias, normalmente el banco central, para influir en la oferta de dinero y en las condiciones financieras de un país con el fin de alcanzar determinados objetivos económicos y financieros. El banco central emplea una serie de herramientas, como los tipos de interés de referencia, las operaciones de mercado abierto, los requisitos de reservas bancarias y la comunicación política. Estas herramientas influyen en la cantidad de dinero en circulación y en los tipos de interés, lo que repercute en la inversión, el gasto y el consumo. La política monetaria es fundamental para influir en la actividad económica y financiera de un país, y a menudo funciona con la política fiscal en conjunto para alcanzar objetivos macroeconómicos. La eficacia de estas políticas depende de la capacidad del banco central para anticiparse y responder a los cambios económicos y financieros (Eguíluz y de Mendiguren, 2019). Al igual que las políticas fiscales, las políticas monetarias pueden ser de varios tipos, ya que los bancos centrales pueden utilizar diversas estrategias para influir en la economía.

Según Rezkalah (2021), una de ellas es la política monetaria expansiva, que trata de estimular la economía aumentando la oferta de dinero y bajando los tipos de interés. Esto hace que el crédito sea más accesible y asequible, lo que estimula el gasto y la inversión. Por otro lado, está la política monetaria restrictiva, que busca sofocar una

economía que experimenta un crecimiento económico excesivo o una inflación elevada. Para desalentar el gasto y la inversión excesivos, el banco central reduce la oferta monetaria y sube los tipos de interés. También hay políticas monetarias neutrales que tratan de mantener un equilibrio entre expansión y restricción sin un objetivo específico en mente.

### **2.6.3. Innovación y tecnología**

Para Herrera et al (2023), la innovación y la tecnología son componentes críticos en la teoría del mercado porque tienen un impacto significativo en la economía y en la dinámica de la oferta y la demanda. Las empresas que introducen innovaciones, como productos avanzados o procesos más eficientes, parecen impulsar la competencia en el mercado. Estas innovaciones tienen el potencial de modificar la demanda creando nuevas necesidades y oportunidades para los consumidores. Además, la adopción de tecnología avanzada puede reducir los costes de producción, lo que a menudo se traduce en precios más bajos para los consumidores. Los ciclos de vida de los productos también se ven influidos por la innovación, ya que los productos innovadores experimentan un rápido crecimiento seguido de un declive.

Así también, como refiere Marmolejo (2022), la propiedad intelectual, como las patentes, puede conceder a las empresas monopolios temporales, que pueden influir en el desarrollo de innovación, la cual, además, tiene el potencial de generar externalidades positivas, acelerando así el crecimiento económico. La globalización también se ha visto favorecida por la tecnología, que permite a las empresas llegar a los consumidores de todo el mundo y alterar la competencia mundial. Juntas, la innovación y la tecnología son factores dinámicos que configuran la teoría del mercado, influyendo en la competencia, la fijación de precios y las preferencias de los consumidores, y desempeñando un papel fundamental en la evolución y adaptación de las empresas en un entorno de mercado en constante cambio (Resiso, 2019).

### **2.6.4. Costos de Producción**

Para Rodríguez (2021), los costos de producción son los gastos asociados a la creación de bienes o servicios en un proceso productivo. Estos precios son cruciales en economía y en la teoría del mercado porque influyen en las decisiones empresariales y en la fijación de precios. De acuerdo a Contreras (2020), el costo de producción se puede definir también como el costo de oportunidad, que se refiere a la idea de que, al

asignar recursos a la producción de un bien o servicio, se incurre en un costo en términos de oportunidades perdidas de utilizar esos recursos de otra manera. En otras palabras, representa el valor de lo que se podría haber conseguido si esos recursos se hubieran utilizado en la otra mejor alternativa disponible. Para Fontestad (2021), esta noción es crucial en economía y en la toma de decisiones empresariales, ya que permite determinar si producir un bien específico es la opción más rentable. Además, orienta la asignación eficiente de recursos y promueve la optimización de las decisiones financieras. Al considerar el costo de oportunidad, el objetivo es maximizar el valor de los recursos y garantizar que se utilicen de forma óptima en la toma de decisiones económicas.

De acuerdo a Ramon (2020), en un enfoque microeconómico se deben considerar diferentes tipos de costos. Uno de ellos son los costos fijos, estos son aquellos gastos incurridos en la producción de bienes o servicios que no varían en relación con la cantidad de producción o ventas. Estos costos son constantes a lo largo del tiempo, independientemente de que una empresa produzca mucho o poco, se incluyen, por ejemplo, los costos de alquiler, los salarios administrativos y los costos de depreciación. Según Gonzales y Yabar (2020), los costos fijos son cruciales en la gestión empresarial porque proporcionan estabilidad financiera y permiten a las empresas cubrir sus gastos básicos independientemente del nivel de producción. Sin embargo, cuando una organización produce menos de lo previsto, los costos fijos pueden representar una carga mayor en términos de costos unitarios, lo que afecta a la rentabilidad. Por otro lado, a medida que aumenta la producción, los costes fijos disminuyen en términos de costes unitarios, mejorando potencialmente la eficiencia y la rentabilidad (Oliveira et al, 2020).

La comprensión de los costes fijos es esencial para la toma de decisiones empresariales y la planificación financiera. Si bien los costos fijos generalmente son considerados a corto plazo, las empresas deben ajustar sus costos fijos a largo plazo. Pueden tomar decisiones estratégicas como ampliar o reducir sus instalaciones, trasladarse, adoptar tecnología o cambiar su modelo de negocio. Estas acciones tienen el potencial de alterar significativamente los costos fijos a lo largo del tiempo, por lo cual se considera que los costos fijos a largo plazo se convierten en costos variables (Rincón, 2020). La gestión de costos a largo plazo es fundamental para adaptarse a los cambios del entorno empresarial, mejorar la eficiencia y mantener la competitividad en el

mercado. Las decisiones de reducción de costos a largo plazo tienen un impacto significativo en la estructura de costos de una empresa y en su capacidad para maximizar la rentabilidad a lo largo del tiempo.

Por otro lado, los costos variables son costos de producción que cambian en relación con la cantidad de bienes o servicios producidos o vendidos por una empresa. Estos costos aumentan cuando la producción o las ventas aumentan, y disminuyen cuando la producción o las ventas disminuyen (Rodríguez et al, 2020). Algunos ejemplos de costos variables son el costo de las materias primas, la mano de obra directa, los gastos de envío y las comisiones de ventas. Estos costos están inextricablemente ligados a la producción y las ventas de la empresa. Una gestión eficaz de los costos variables es fundamental para controlar los gastos y aumentar la rentabilidad de una empresa. Como menciona Cairampoma (2021), el costo total es entonces la suma de los costos fijos y variables. Representan la totalidad del importe gastado por la empresa para producir un número determinado de bienes o servicios. Sin embargo, el costo de producción a considerar por una empresa depende del método de costeo que se emplee, este se refiere a la forma en que una empresa asigna y registra los costos asociados a la producción de bienes o servicios (Couto, 2021).

Existen varios métodos de cálculo de costos, cada uno con sus propias características y aplicaciones. Akhtyrskaya et al (2022), considera que la aplicación de estos métodos requiere diferenciar los costos directos e indirectos de la producción. Los costos directos son gastos que pueden atribuirse directamente a un producto o servicio específico, como los materiales directos y la mano de obra directa. Por otro lado, los costos indirectos son gastos genéricos que no pueden atribuirse directamente a un producto específico, como el alquiler de la fábrica o la depreciación de la maquinaria.

Como menciona Henríquez (2020), uno de los métodos de costeo es el costeo por absorción, en este método, todos los costos directos e indirectos asociados a la producción se asignan a los productos. Esto incluye tanto los costos variables como los costos fijos de producción. El costeo por absorción cumple los principios contables y es necesario para la elaboración de informes financieros. Proporciona una visión global de los costos de producción y se utiliza ampliamente en la determinación de precios y la contabilidad financiera. En cambio, en el método del costeo directo o variable, sólo los costos directos variables se asignan a los productos, mientras que los costos fijos de

producción se tratan como costes del periodo y no se incluyen en los costes de los productos.

El costeo directo es útil para tomar decisiones rápidas y analizar la contribución marginal, ya que muestra cómo varían los costes con la producción y las ventas (Gutiérrez y Pérez, 2023). Por otro lado, en el enfoque del costeo estándar, se establecen normas de cálculo de costes para la producción y se compara el rendimiento real con las normas. Las diferencias entre los costes reales y los costes estándar se utilizan para analizar y controlar los costes. Este método es muy útil para hacer un seguimiento del rendimiento e identificar las áreas en las que los costes pueden estar desviándose de las expectativas (Henríquez, 2020).

De acuerdo a Herrera et al (2023), otro tipo de costo a considerar en los costos de producción, es el costo marginal. Los costes marginales son los costos adicionales en los que incurre una empresa al producir una unidad adicional de un bien o servicio. En otras palabras, indican la variación de los costos globales cuando se produce una unidad adicional. Los costes marginales pueden disminuir, permanecer constantes o aumentar a medida que se produce una unidad adicional, en función de diversos factores como las economías de escala y la eficiencia de la producción. El coste marginal es muy útil para determinar el punto de equilibrio, que es el nivel de producción en el que los ingresos totales igualan a los costes totales. Por encima del punto de equilibrio, los costes marginales positivos indican que la empresa es rentable (Anguita y Labrador, 2019), lo que permite determinar cuántas unidades producir, si aumentar o disminuir la producción y si es rentable ampliar o reducir la capacidad de producción. Según Leyva (2022), en teoría económica, el coste marginal se compara con el ingreso marginal (el ingreso adicional obtenido por la venta de una unidad adicional) para determinar el nivel óptimo de producción. Cuando el ingreso marginal es igual al coste marginal, la producción se detiene para maximizar la rentabilidad.

Para Martínez y Poyanco (2022), una buena gestión de los costos de producción puede generar economías de escala, las cuales se refieren a la capacidad de una empresa para producir una mayor cantidad de bienes a un menor costo unitario de producción. En otras palabras, a medida que una empresa produce más unidades de un producto o servicio, el coste medio de producción por unidad disminuye. Las economías de escala se producen por distintos factores; uno de ellos es la distribución de los costos fijos, cuando una empresa aumenta su producción, los costos fijos, como el alquiler de

instalaciones y los salarios de los supervisores, se distribuyen entre un mayor número de unidades, lo que reduce los costos fijos por unidad producida. Otro de los factores es la negociación de insumos, ya que las empresas que producen a gran escala pueden negociar precios más bajos para materiales y subcontratistas, reduciendo los costes de producción (Miranda, 2021).

La eficiencia en la producción es otro factor determinante, dado que una mayor producción permite especializar trabajadores y procesos, aumentando la eficiencia y reduciendo los costes de mano de obra y tiempo. Así también, es posible una mayor innovación, ya que las empresas más grandes suelen disponer de más recursos para investigación y desarrollo, lo que puede conducir a la introducción de tecnologías más eficientes y a la reducción de costes (Herrera et al, 2023). Si bien las economías de escala son un tema importante en economía y gestión empresarial porque pueden tener un impacto significativo en la competitividad y rentabilidad de una empresa, de acuerdo a Limonta (2021), es vital recordar que las economías de escala no son infinitas, y llega un punto en el que los beneficios de la eficiencia pueden disminuir a medida que las empresas se hacen excesivamente grandes o complejas. Además, es necesario equilibrar las economías de escala con la demanda del mercado y los riesgos asociados a la expansión.

De acuerdo a Rezhalah (2021), los costos de producción se pueden evaluar de forma eficiente a través de las curvas de costos, las cuales son representaciones gráficas de cómo varían los costes totales y medios en relación con la cantidad de producción. En teoría económica y gestión empresarial, se suelen utilizar tres tipos de curvas de costos, la curva de costos totales (CCT), que representa la relación entre los costes totales de producción y el número de unidades producidas. En general, el coste total aumenta a medida que aumenta la producción, aunque a ritmos diferentes según el nivel de producción. Por otro lado, la curva de costo medio (CCMe), conocida también como curva de costos promedio, representa el costo medio de producción por unidad. Se calcula dividiendo el coste total por el número de unidades producidas. La CCM tiene forma de U, lo que significa que los costos a medio plazo pueden disminuir a medida que aumenta la producción (economías de escala) y luego aumentar cuando la producción aumenta aún más (deseconomías de escala) (Duque et al, 2021)

Finalmente, la curva de costos marginales (CCMarg) representa cómo cambian los costos marginales a medida que aumenta la producción. En general, el coste marginal tiende a disminuir al principio debido a las economías de escala, pero acaba aumentando debido a las deseconomías de escala (Gutierrez y Perez, 2023). Estas curvas ayudan a las empresas a determinar los niveles óptimos de producción, fijar precios, evaluar la eficiencia operativa y comprender cómo varían los costes a medida que varía el volumen de producción. Para Ramon (2020), la optimización de la producción es un objetivo importante para las empresas, ya que les permite maximizar sus beneficios. Para ello, las empresas deben producir la cantidad óptima de bienes o servicios, lo que implica igualar el costo marginal con el precio de mercado, porque no tiene sentido producir más unidades si los costos superan las ganancias adicionales.

Finalmente, de acuerdo a Rincón (2020), otro de los factores determinantes en los costos de producción son los avances tecnológicos y la innovación, que desempeñan un papel cada vez más importante en la optimización de la producción. La implantación de tecnologías avanzadas, como la automatización y la digitalización, puede aumentar la eficiencia y reducir los costes de producción al eliminar tareas manuales y propensas a errores. Además, la innovación puede conducir al desarrollo de procesos y métodos de fabricación nuevos y más eficientes. La tecnología también permite mejorar el seguimiento y la gestión de la producción, facilitando la toma de decisiones informadas. Además, tiene el potencial de mejorar la calidad del producto y reducir los residuos. En un entorno empresarial en constante cambio, invertir en tecnología e innovación es fundamental para mantener la competitividad.

De acuerdo a (Ortiz, 2023), los costos de producción también se pueden evaluar en un nivel macroeconómico, en el cual se refieren a la totalidad de los costos que sufren las empresas al producir bienes y servicios a nivel agregado en una economía. Estos precios son esenciales para comprender varios aspectos de la economía en su conjunto. Los cambios en los costes de producción, por ejemplo, pueden tener un impacto en la inflación porque los aumentos de costes tienden a traducirse en precios más altos para los consumidores. Además, los costes de producción son un componente fundamental de la oferta agregada, que determina la cantidad total de bienes y servicios producidos en una economía. También están relacionados con la eficiencia y la productividad de una economía, lo que puede repercutir en su competitividad global. A la hora de elaborar políticas monetarias y fiscales, los responsables de la política

económica suelen tener en cuenta los costes de producción. Por último, pero no por ello menos importante, los costes de producción son cada vez más importantes a la hora de evaluar la salud económica y tomar decisiones macroeconómicas.

### **2.6.5. Preferencias y utilidad**

De acuerdo a Gonzales y Yabar (2020), las preferencias y la utilidad son elementos clave de la teoría del mercado porque están indisolublemente ligados al comportamiento de los consumidores y a la formación de los precios. Las preferencias de los consumidores se refieren a las elecciones y gustos individuales de los consumidores en relación con los bienes y servicios disponibles en el mercado. Cada consumidor tiene sus propias preferencias basadas en factores como el gusto, la calidad, el precio y las necesidades personales. Estas preferencias varían de una persona a otra y pueden cambiar con el tiempo. Por su parte, la utilidad es un concepto que describe el nivel de satisfacción o beneficio que recibe un consumidor al adquirir un bien o servicio.

La utilidad puede ser subjetiva y variar en función de las preferencias personales. Según la teoría de la utilidad marginal, a medida que un consumidor consume más de un bien o servicio, su utilidad marginal disminuye con cada unidad adicional consumida (Henríquez, 2020). Como menciona Esteve (2021), las preferencias y la utilidad de los consumidores influyen en la demanda de bienes y servicios. Los consumidores tienden a comprar más los productos que les proporcionan mayor utilidad y, en consecuencia, están dispuestos a pagar un precio más alto por ellos. Esto afecta a la oferta y la demanda del mercado y, a su vez, influye en la determinación de los precios. Asimismo, las empresas se esfuerzan por comprender las preferencias de los consumidores para diseñar productos que satisfagan esas preferencias y, al mismo tiempo, les proporcionen más utilidad. La diferenciación del producto es una estrategia común utilizada por las empresas para hacer que sus productos sean más atractivos mediante la incorporación de características que aumenten la utilidad percibida por los clientes. Por lo cual, las estrategias de marketing y relaciones públicas se centran en comunicar cómo un producto o servicio puede satisfacer las preferencias del consumidor y aumentar su utilidad. Las empresas pueden influir en las decisiones de compra haciendo hincapié en los atributos que valoran los consumidores (Labbé, 2020).

### 3. Actores de la actividad económica

En una perspectiva económica, de acuerdo a Akhtyrska et al (2022), las familias representan uno de los actores fundamentales en la actividad económica; están conformadas por los hogares y los individuos. Los consumidores toman decisiones sobre cómo gastar su dinero en bienes y servicios. También pueden ser ahorradores e inversores porque invierten una parte de sus ingresos en diversas actividades como cuentas de ahorro, inversiones en acciones y bienes inmuebles. Un segundo participante son las empresas. Según Paredes et al (2019), son unidades económicas que crean bienes y servicios para su venta en el mercado. Pueden variar en tamaño y estructura, desde pequeños negocios familiares hasta grandes corporaciones.

Las empresas toman decisiones sobre qué producir, cómo producirlo y cuánto cobrar por ello. También emplean a trabajadores y, en muchos casos, contribuyen al crecimiento económico y a la creación de empleo. Por otro lado, un tercer actor es el gobierno central. Como indica Huamán y Antayhua (2021), se refiere al nivel de gobierno que tiene autoridad y control sobre todo el país. Su papel en la economía incluye la recaudación de impuestos, el gasto público en servicios como la educación y la sanidad, la regulación económica y la aplicación de políticas monetarias y fiscales para influir en la economía.

Finalmente, el comercio exterior interactúa con los actores anteriores, y se refiere a las transacciones comerciales entre un país y otro. Se trata de la exportación de bienes y servicios producidos en un país, así como de la importación de bienes y servicios extranjeros. El comercio exterior es fundamental para la economía mundial porque permite a los países acceder a una amplia gama de productos y mercados, lo que puede afectar al equilibrio comercial y a la competitividad económica (Marmolejo, 2022).

### 4. Tipos de economías

#### 4.1. Economía cerrada

De acuerdo a Rodríguez et al (2021), una economía cerrada es una noción básica de la teoría económica que se refiere a un sistema económico que funciona en gran parte de forma independiente, con una participación limitada en el comercio internacional. En una economía cerrada, un país o una región dependen en gran medida

de sus propios recursos y de la producción nacional para satisfacer sus necesidades y demandas. Esto significa que la gran mayoría de las transacciones de bienes y servicios, así como los flujos financieros, tienen lugar internamente, dentro de los confines de esa economía concreta. En este tipo de economía sólo interactúan las familias, el sector empresarial y el gobierno. Las familias utilizan bienes y servicios producidos localmente, y sus decisiones de compra repercuten en la demanda y la producción nacional.

Las empresas se encargan de producir bienes y servicios, deciden qué producir y cuánto empleo proporcionar. Además, las empresas invierten en tecnología y efectivo para aumentar su capacidad de producción. El gobierno, por su parte, gasta en servicios públicos, los paga con impuestos y utiliza la política fiscal para influir en la economía (Gonzales y Yabar, 2020). De acuerdo a Fernández (2021), algunas características clave de una economía cerrada incluyen una participación limitada en el comercio internacional, la búsqueda de la autosuficiencia en la producción de bienes y servicios esenciales y una mayor dependencia de las políticas comerciales proteccionistas. En una economía cerrada, el gobierno suele tener un alto grado de control sobre la política monetaria y fiscal para mantener la economía interna, menos influida por las fluctuaciones del comercio internacional.

La independencia económica es una característica distintiva de una economía cerrada, y esta independencia se busca para garantizar la seguridad económica y la protección contra las fluctuaciones económicas en otros lugares. Esto se consigue a menudo mediante la aplicación de políticas comerciales que limitan las importaciones y fomentan la producción nacional (Martin, 2020). Sin embargo, es vital señalar que actualmente pocas economías son completamente cerradas. La mayoría de los países participan en algún tipo de comercio internacional, porque el intercambio de bienes y servicios entre naciones proporciona beneficios económicos y oportunidades de crecimiento. Las economías cerradas suelen ser la excepción y, en muchos casos, están asociadas a circunstancias únicas como sanciones internacionales, políticas de autarquía o un islam económico autoimpuesto. La apertura del comercio internacional ha sido una característica común de la mayoría de las economías globales, dando lugar a la mayor interconexión económica del mundo (Arancibia, 2021).

## 4.2. Economía Abierta

De acuerdo a Gutiérrez y Pérez (2023), una economía abierta es un sistema económico que mantiene relaciones activas con otros países a través del comercio internacional, los flujos de inversión y la interconexión financiera. Las importaciones y exportaciones de bienes y servicios son fundamentales en una economía abierta, lo que implica que el país participa en el comercio mundial. A diferencia de las economías cerradas, en este tipo de economía interactúan todos los actores de la actividad económica, es decir, las familias, las empresas, el gobierno y el comercio exterior. Las familias toman decisiones de compra que afectan tanto a los productos nacionales como a los importados, lo que repercute en las empresas nacionales e internacionales. Las empresas producen tanto para el mercado nacional como para el internacional, compitiendo con empresas extranjeras. El gobierno gestiona las políticas comerciales y fiscales que influyen en el comercio internacional, como los aranceles y las barreras comerciales, así como las políticas fiscales para recaudar impuestos y gestionar la economía. El comercio exterior implica la exportación e importación de bienes y servicios, lo que afecta a la balanza comercial, al tipo de cambio y a las reservas de divisas (Eguiluz, 2019).

Como menciona Orozco (2020), en las economías abiertas, el comercio internacional fomenta la diversificación, permite el acceso a tecnologías y recursos avanzados que pueden no estar disponibles localmente y contribuye al crecimiento económico. Además, las economías abiertas atraen importantes flujos de inversión extranjera directa e invierten en moneda extranjera. Esto fomenta la inversión, la expansión empresarial y la creación de empleo. Otra arteria significativa es la interconexión financiera, con flujos de capital que incluyen inversiones en mercados extranjeros. La competencia internacional es una característica fundamental que impulsa la eficiencia y la innovación. De acuerdo a Resiso (2019), aunque una economía abierta ofrece varias ventajas, también conlleva riesgos. Los cambios en los mercados internacionales, como las fluctuaciones de los tipos de cambio o los tipos de interés mundiales, pueden repercutir en la economía local. Esto significa que las políticas económicas pueden verse influidas por factores externos, lo que exige a veces una gestión cuidadosa.

## 5. Modos económicos hegemónicos

### 5.1. Economía de libre mercado

De acuerdo con Arango y Arevalo (2022), el modelo de producción de libre mercado se basa en principios económicos que hacen hincapié en la propiedad privada, la competencia y el libre comercio. En este sistema, los recursos productivos como la tierra, las fábricas y las empresas son en su mayoría de propiedad privada, y la producción y distribución de bienes y servicios viene determinada por las fuerzas del mercado y la demanda de los consumidores. Las transacciones comerciales se basan en la voluntad de las partes implicadas, y se espera que los mercados sean eficientes en la asignación de recursos. Los precios vienen determinados por la interacción de la oferta y la demanda, y los consumidores tienen libertad para elegir entre diversos productos. Las empresas tratan de maximizar sus beneficios y tienen flexibilidad para entrar o salir del mercado en función de las condiciones cambiantes de éste (Cruces, 2021). El gobierno tiene un papel limitado y generalmente interviene para proteger los derechos de propiedad y hacer cumplir las leyes de competencia. La competencia fomenta la innovación, pero este sistema puede dar lugar a disparidades en la distribución de la renta y la riqueza.

Para Gaitan et al, 2020, el mecanismo del crédito desempeña un papel importante en una economía de libre mercado al proporcionar a empresas y particulares un acceso esencial a los fondos. Las empresas pueden utilizar los créditos para financiar proyectos de inversión, ampliar operaciones, adquirir activos o financiar la innovación. Esto estimula el crecimiento económico al crear puestos de trabajo y aumentar la producción de bienes y servicios. La disponibilidad de crédito también repercute en la competitividad y eficiencia del mercado. Permite a las empresas competir en igualdad de condiciones aunque dispongan de recursos financieros limitados, ya que pueden acceder a un dinero adicional. La competencia fomenta la innovación continua y la mejora de productos y servicios, lo que beneficia a los consumidores. Además, según Contreras (2020), el acceso al crédito diversifica la inversión y facilita una asignación eficaz de los recursos canalizando los ahorros hacia proyectos productivos. Esto contribuye a la eficiencia económica al garantizar que los recursos se utilicen de forma productiva en lugar de permanecer ociosos. En resumen, el mecanismo de crédito no sólo estimula el crecimiento económico, sino que también fomenta la competencia y la

eficiencia en una economía de libre mercado al proporcionar el capital necesario para la inversión y la innovación.

Como refiere Anguita y Labrador (2019), existen ciertos problemas en la aplicación del libre mercado que se derivan de una serie de factores que dificultan su aplicación pura en la práctica. Entre los retos más significativos se encuentra la competencia desleal, ya que es posible observar prácticas fraudulentas que implican el engaño entre vendedores y clientes para obtener beneficios económicos. Un ejemplo es la venta de productos falsificados que parecen idénticos al original y que con frecuencia se venden a precios comparables, haciendo creer a los compradores que están adquiriendo el artículo genuino. Este modo de producción también se enfrenta a la corrupción política, que se refiere a situaciones en las que funcionarios del Estado violan los principios éticos y las leyes democráticas a cambio de beneficios económicos o personales. En algunos casos, los propietarios de empresas con influencia política utilizan sus conexiones para influir en la regulación estatal (De Bartolome, 2020).

Otro problema para considerar es la contaminación ambiental, dado que el sistema económico fomenta el consumo excesivo de recursos no renovables, la crueldad con los animales en la industria cárnica, la deforestación indiscriminada, la degradación del suelo causada por las prácticas agrícolas intensivas, la generación de residuos industriales y la acumulación de productos de desecho, todo lo cual repercute negativamente en la biodiversidad y el medio ambiente. Asimismo, la desprotección de los trabajadores, ya que el liberalismo económico ha dado lugar a la explotación de los trabajadores y a violaciones de los derechos humanos, con el objetivo de aumentar los beneficios de los propietarios de los medios de producción. Esto ha dado lugar a la necesidad de que los organismos reguladores intervengan para proteger los derechos de los trabajadores.

Para Rezkalah (2021), la implantación del libre mercado ha exacerbado las diferencias de clase, beneficiando a las élites económicas y penalizando a los grupos más vulnerables, que con frecuencia carecen de acceso al sistema productivo. El resultado ha sido una gran brecha entre ricos y pobres, en la que las clases medias y trabajadoras mantienen los sistemas económicos y fiscales mientras enriquecen a las clases más privilegiadas en lugar de mejorar la situación general de la población. Asimismo, los países en desarrollo se enfrentan a economías inestables y a una inflación frecuente, que provoca un aumento constante de los precios y una pérdida de valor de la

moneda nacional. Esta situación reduce las inversiones en proyectos que proporcionen empleo y productividad, lo que conduce a la pobreza de la población y del país en su conjunto (Martínez y Poyanco, 2022).

## **5.2. Economía planificada**

Según Arancibia (2021), una economía planificada es un sistema económico en el que el gobierno o una autoridad central ejerce un control significativo sobre la producción, la distribución y la asignación de recursos y bienes en la sociedad. En este sistema, las decisiones económicas como qué producir, cuánto producir y a quién asignar los productos son tomadas de forma centralizada por la planificación gubernamental en lugar de permitir que el mercado y la competencia determinen estos factores. En una economía planificada, el gobierno puede poseer o gestionar directamente la mayoría de las empresas y los recursos, así como influir en los precios y los salarios. El objetivo principal suele ser la igualdad económica y la satisfacción de las necesidades humanas básicas, aunque a veces se consigue a expensas de la eficacia económica y la innovación. Ejemplos clásicos de economías planificadas son la Unión Soviética y la República Popular China de Mao Zedong. Una economía planificada se caracteriza por ciertos mecanismos específicos, los cuales se desarrollan a continuación.

### **5.2.1. Planificación central**

Según Couto (2021), la planificación central es un componente fundamental de una economía planificada. Esto significa que el gobierno o una entidad centralizada, que puede ser un órgano de gobierno o un partido político en el poder, tiene el control total de las decisiones económicas tomadas a nivel nacional. La autoridad central determina qué bienes y servicios se producirán, en qué cantidad y cómo se distribuirán. Esto incluye la asignación de recursos, la inversión en infraestructuras y la gestión de la mano de obra. Las decisiones se toman a la luz de los objetivos económicos y sociales del gobierno, que pueden incluir la igualdad salarial, el acceso universal a la sanidad y la educación, y el crecimiento económico sostenible. Como menciona Fernández (2021), la planificación central suele llevarse a cabo mediante planes trimestrales o programas de desarrollo a largo plazo. El gobierno establece objetivos de producción, tasas de inversión y directrices políticas para las empresas y los sectores económicos. La planificación central puede ser eficaz para alcanzar algunos objetivos, como la industrialización acelerada o la reducción de la pobreza extrema. Sin embargo, también

se le puede atribuir una falta de incentivos para la innovación y la eficiencia, así como una falta de adaptación a las cambiantes condiciones del mercado. Esto ha dado lugar a críticas y desacuerdos sobre la eficacia de la planificación central en comparación con los sistemas basados en el mercado.

### **5.2.2. Propiedad estatal**

Para Leyva (2022), la propiedad estatal es un componente esencial en una economía planificada. Implica que el gobierno posee o controla una parte significativa del medio de producción, que incluye fábricas, empresas, tierras agrícolas, recursos naturales, infraestructuras y otras actividades económicas fundamentales. Esta propiedad estatal se establece con el objetivo de dar al gobierno un control directo sobre la producción y la asignación de los recursos. El gobierno puede dirigir y gestionar estas empresas y recursos, lo que le da capacidad para tomar decisiones económicas estratégicas. Esto puede incluir decidir qué productos se producirán, cuántos se producirán y a quién se asignará su producción. También puede influir en la inversión en sectores específicos de la economía y en la regulación de los precios. Para Ramon (2020), la propiedad estatal se considera un medio de garantizar que los recursos y las empresas del Estado sirvan a los objetivos económicos y sociales del gobierno. Sin embargo, así como la planificación central, también puede plantear problemas, como la falta de incentivos para la eficiencia y la innovación, así como la posibilidad de una mala gobernanza por parte de los organismos estatales.

### **5.2.3. Regulación de precios**

De acuerdo a Gonzales y Yabar (2020), en una economía planificada, la regulación de precios es una herramienta utilizada por el gobierno para ejercer influencia sobre la economía. Consiste en aplicar el mecanismo del control de precios, mediante el cual se fijan precios máximos y mínimos para determinados bienes y servicios. Los precios máximos se utilizan para evitar que los precios suban demasiado y se vuelvan inasequibles para el público en general, lo que se conoce como control de la inflación. Por otro lado, los precios mínimos se utilizan para garantizar que los productores reciban un precio justo por sus bienes y servicios. La regulación de precios puede aplicarse a una amplia gama de productos, desde alimentos básicos hasta servicios esenciales como la electricidad y el transporte. El objetivo es equilibrar la accesibilidad de estos bienes y servicios con la necesidad de mantener la estabilidad

económica. Sin embargo, la regulación de precios puede tener consecuencias no deseadas, como una disminución de la disponibilidad de productos cuando los precios máximos son demasiado bajos, o una falta de incentivos para la eficiencia y la innovación cuando los precios están regulados. En consecuencia, la regulación de precios es una cuestión compleja que requiere un cuidadoso equilibrio entre los objetivos de accesibilidad y estabilidad económica (Rodríguez, 2021).

#### **5.2.4. Control del comercio exterior**

Según Gaitan et al (2020), el control del comercio exterior es una estrategia utilizada por los gobiernos para gestionar las relaciones comerciales con otros países en una economía planificada. Esto implica que el gobierno tiene un papel activo en la regulación de la importación y exportación de bienes y servicios. Los objetivos del control del comercio exterior pueden ser proteger la economía nacional, dado que, el gobierno al poder limitar o promover determinadas importaciones y exportaciones podría proteger a las industrias nacionales de la competencia extranjera. Esto puede ayudar a mantener los puestos de trabajo y preservar la producción local. Otro de los objetivos es lograr un equilibrio comercial entre importaciones y exportaciones para evitar déficits comerciales excesivos. Un déficit comercial persistente puede tener consecuencias económicas negativas. Así también, el gobierno puede regular la compra y venta de divisas para gestionar los flujos de capital y estabilizar la moneda nacional.

Para Limonta (2021), el control del comercio exterior también se utiliza para proteger la seguridad nacional regulando la exportación de bienes de doble uso que pueden tener aplicaciones militares. Aunque la regulación del comercio exterior puede ser eficaz para alcanzar estos objetivos, también puede provocar tensiones comerciales con otros países y limitar la libertad comercial. Esto podría repercutir en las relaciones económicas internacionales, así como en la eficacia económica nacional. En consecuencia, la aplicación de políticas de control del comercio exterior requiere un cuidadoso equilibrio.

#### **5.2.5. Énfasis en la igualdad social**

Según Henríquez (2020), el énfasis en la igualdad social es un pilar vital en una economía planificada. Como uno de sus objetivos primordiales, este sistema concede una gran prioridad a la búsqueda de la igualdad económica y social. Esto implica centrarse en reducir las disparidades de ingresos y promover el acceso equitativo de todos los ciudadanos a los servicios básicos. En lugar de dejar que las fuerzas del

mercado determinen los niveles de renta y la distribución de la riqueza, el gobierno interviene activamente para garantizar que la población no sólo tenga acceso a servicios esenciales como la atención médica, la educación y la vivienda, sino que estos servicios estén disponibles en condiciones equitativas. Además, se aplican políticas para intentar nivelar la distribución de la renta mediante impuestos progresivos y programas de bienestar social. Este énfasis en la igualdad social pretende crear una sociedad en la que las oportunidades y los beneficios económicos estén al alcance de todos los ciudadanos, independientemente de su origen socioeconómico. Aunque este enfoque puede ser eficaz para reducir las disparidades económicas, también plantea cuestiones relativas a la eficiencia económica y a los incentivos para la innovación y la inversión (Paredes et al, 2019).

#### **5.2.6. Control de la fuerza laboral**

Para Eguiluz (2019), el control de la fuerza laboral es una característica fundamental de una economía planificada. El gobierno es responsable de determinar las condiciones laborales, los salarios y la movilidad laboral para proporcionar estabilidad en el empleo e igualdad de oportunidades en el mercado laboral. El gobierno puede imponer normas y reglamentos relativos al empleo, como la duración de la jornada laboral, las condiciones de trabajo, las normas de seguridad y la compensación salarial. El objetivo de estas medidas es proteger los derechos de los trabajadores y proporcionar un entorno laboral seguro y equitativo. Además, el control de la mano de obra puede incluir políticas que promuevan la igualdad de oportunidades, como la implantación de sistemas de educación y formación accesibles para todos, independientemente de su origen socioeconómico. Con ello se pretende garantizar la igualdad de acceso de las personas a las oportunidades de empleo y la movilidad laboral. Aunque el control de la mano de obra en una economía planificada puede proporcionar cierta estabilidad y protección a los trabajadores, también puede crear retos, por ello, encontrar un equilibrio entre la protección de los derechos laborales y la promoción de un mercado de trabajo eficiente es un reto importante en este tipo de sistema económico (Arancibia, 2021).

### **5.3. Economía social de mercado**

Para Esteve (2021), la economía social de mercado es un concepto económico y político que combina elementos de la economía de mercado con una orientación social y

un papel del gobierno activo en la promoción del bienestar de la sociedad. Este enfoque se ha asociado principalmente a la economía alemana y de otros países europeos. Este paradigma reconoce la importancia de la propiedad privada, la competencia y la libertad empresarial, lo que permite a las empresas buscar beneficios y operar con eficacia. Sin embargo, a diferencia de una economía de mercado pura, una economía social de mercado incorpora una serie de elementos destinados a abordar las desigualdades y promover un desarrollo sostenible.

De acuerdo a Martínez y Poyanco (2022), la intervención gubernamental activa es una característica fundamental de esta economía. El gobierno desempeña un papel en la regulación económica garantizando una competencia leal, evitando las prácticas monopolísticas y protegiendo los derechos de los trabajadores. Además, se establece una sólida red de seguridad social para proteger a los ciudadanos en momentos de necesidad, como las catástrofes naturales. En una economía social de mercado, la equidad y el bienestar social son objetivos fundamentales. Las desigualdades económicas se abordan mediante políticas fiscales progresivas y programas de asistencia social. El sistema de seguridad social se financia mediante contribuciones obligatorias y garantiza un nivel mínimo de bienestar a todos los miembros de la sociedad (Rincón, 2020).

De acuerdo a Duque et al (2021), en la economía social de mercado existe una relación equilibrada entre la libertad y la justicia social, que se consideran valores básicos. Esta relación se distingue por un delicado equilibrio en el que ninguno de estos aspectos puede verse favorecido a expensas del otro. No se trata de un simple compromiso en el que la libertad cede ante la justicia o viceversa, sino más bien de una complementariedad entre ambos valores. La economía social de mercado trata de conciliar estos dos principios, reconociendo que la libertad económica puede conducir a la desigualdad, mientras que una justicia social excesiva puede limitar la libertad individual. En consecuencia, se intenta alcanzar un estado de equilibrio que promueva el bienestar general y el progreso económico, cuidando al mismo tiempo la responsabilidad social y la cohesión de la sociedad.

Para Marmolejo (2022), la libertad económica incluye la eliminación de las coacciones que interfieren en los derechos individuales, permitiendo que las decisiones económicas se tomen en función de los intereses humanos y la iniciativa empresarial. Esto fomenta la innovación y la productividad, fundamentales para el crecimiento

económico, según la teoría económica moderna. Por otro lado, la justicia social busca la igualdad de oportunidades en el ámbito económico y se fundamenta en la solidaridad ciudadana. Es un valor social que anima a todos los miembros de la sociedad a participar en la creación de riqueza y bienestar, así como en la generación y preservación de la riqueza. La justicia social promueve la formación de redes sociales y subraya la importancia de que todos contribuyan al bien común.

Este enfoque de la economía social de mercado, sin embargo, no está exento de defectos. De acuerdo a Costas (2020), a pesar de los esfuerzos para abordar la discriminación, las disparidades económicas pueden continuar. Una regulación y una burocracia excesivas pueden a veces ahogar la eficiencia económica. El mantenimiento de una red de seguridad social puede ejercer presión sobre las finanzas públicas, dando lugar potencialmente a déficits presupuestarios e impuestos más altos. La rigidez laboral y la falta de incentivos empresariales pueden obstaculizar la inversión y el crecimiento económico. Mantener el equilibrio entre eficiencia y equidad puede ser un reto permanente. Además, la dirección de la economía social de mercado puede verse muy influida por la estabilidad política y las decisiones gubernamentales.

## **6. Modelos macroeconómicos**

De acuerdo a Akhtyrskaya et al (2022), los modelos macroeconómicos son herramientas teóricas que se utilizan para analizar y comprender el funcionamiento de una economía en su conjunto, centrándose en variables macroeconómicas como el PIB, la inflación, el desempleo, el consumo y la inversión. Estos modelos ayudan a los economistas y a los responsables políticos a comprender mejor cómo afectan al conjunto de la economía los cambios en las políticas económicas, los tipos de interés, los impuestos y otros factores. A continuación se presentan algunos de los modelos macroeconómicos más importantes.

### **6.1. Modelo Keynesiano**

De acuerdo a Robles et al (2020), el modelo keynesiano, desarrollado por el economista británico John Maynard Keynes en la primera mitad del siglo XX, es una teoría macroeconómica que se centra en la demanda agregada y en las políticas fiscales y monetarias para estabilizar la economía. En este modelo, la demanda agregada, que representa el gasto total previsto en bienes y servicios, es el elemento que determina el

nivel de producción y empleo de una economía. Quintero (2023), sostenía que puede existir desempleo en una economía equilibrada si la demanda agregada es insuficiente para absorber toda la capacidad productiva. Esto se debe al hecho de que las empresas reducen la producción y el empleo cuando no pueden vender sus productos, lo que da lugar a una falta de demanda efectiva. Durante las recesiones, Keynes aboga por aumentar el gasto público y bajar los impuestos para impulsar la demanda agregada y la inversión. En épocas de inflación, recomienda recortar el gasto público y subir los impuestos para ayudar a la economía. Keynes reconocía que los precios y los salarios no se ajustan instantáneamente a los cambios en la demanda, lo que puede dar lugar a rigidez a corto plazo.

Además, introducía la noción de multiplicador, que afirma que un aumento del gasto autónomo puede tener un efecto multiplicador sobre la producción y el empleo. Por ejemplo, un aumento del gasto público estimula la demanda agregada, lo que provoca un aumento de los precios (Anguita y Labraador, 2019). El modelo keynesiano se utiliza para analizar los ciclos económicos y comprender cómo la economía puede experimentar recesiones, depresiones y expansiones. Proporciona una base para la política fiscal y monetaria destinada a mantener la estabilidad y promover el pleno empleo. Está centrado en el corto plazo y en situaciones en las que la economía no está plenamente empleada (Rodríguez, 2021).

## **6.2. Modelo IS – LM**

Según Eguiluz (2019), el modelo IS-LM es un modelo macroeconómico desarrollado para examinar la relación entre el mercado de bienes (representado por la curva IS) y el mercado monetario (representado por la curva LM). Este modelo se basa en la teoría keynesiana y se utiliza para examinar cómo factores macroeconómicos como la renta, los niveles de precios y los tipos de interés interactúan y afectan a la economía a lo largo del tiempo.

De acuerdo a Oliveira et al (2020), la curva IS o de Inversión - Ahorro, representa todas las combinaciones de ingreso y tipo de interés en las que el mercado de bienes se encuentra en equilibrio. Representa la relación entre la producción ( $Y$ ) y el tipo de interés ( $r$ ). La curva IS es descendente, lo que significa que un aumento de los tipos de interés reduce la inversión y, en consecuencia, la producción. Por otro lado, la curva LM o de Liquidez-Dinero, representa todas las combinaciones de ingreso y tipo

de interés en las que el mercado de dinero está en equilibrio. Es la relación entre el tipo de interés y la cantidad de dinero real demandada. La curva LM es ascendente, lo que significa que un aumento de la producción incrementa la demanda de dinero, lo que eleva los tipos de interés (Gutiérrez y Pérez, 2023). El equilibrio en este modelo se produce cuando los tipos de interés y los niveles de producción son tales que tanto el mercado de bienes como el mercado de dinero están en equilibrio al mismo tiempo. En este punto, la producción y los tipos de interés se han estabilizado en un nivel en el que la demanda de bienes y la demanda de dinero son iguales a la oferta.

Para Fontestad (2021), el modelo IS-LM se utiliza también para evaluar la influencia de la política fiscal y monetaria en la economía. Por ejemplo, si el gobierno aumenta el gasto público (política fiscal expansiva), la curva IS se desplaza hacia la derecha, aumentando la producción y disminuyendo los tipos de interés. Si el banco central baja los tipos de interés (política monetaria expansiva), la curva LM se desplaza hacia la derecha, aumentando la producción y bajando los tipos de interés. Sin embargo, de acuerdo a Duque et al (2021), el modelo IS-LM se basa en supuestos simplificados como la liquidez perfecta y la rigidez de precios y no tiene en cuenta factores a largo plazo como la inflación o el comercio internacional. En resumen, el modelo IS-LM es una herramienta útil para analizar las interacciones a corto plazo entre los mercados de bienes y monetario de la economía. Ayuda a comprender cómo las políticas fiscales y monetarias pueden afectar a la producción y a los tipos de interés, y es un componente importante de la teoría macroeconómica.

### 6.3. Modelo AS – AD

De acuerdo a Fernández (2021), el modelo AS-AD, que significa "Oferta Agregada-Demanda Agregada", es un modelo macroeconómico utilizado para examinar las relaciones entre los niveles de precios y la producción en una economía determinada. Este modelo ayuda a comprender cómo los cambios en la demanda agregada y la oferta agregada pueden afectar a la inflación y al producto interno bruto (PIB).

Según Arango y Arevalo (2022), la curva de oferta agregada representa la relación entre el nivel de precios y la cantidad de producción que las empresas están dispuestas a ofrecer en la economía. En general, la oferta agregada es creciente, lo que significa que cuando suben los precios, las empresas están más dispuestas a producir.

Por otra parte, la curva de demanda agregada representa la relación entre el nivel de precios y la cantidad de bienes y servicios que los consumidores, las empresas y el gobierno están dispuestos a adquirir en la economía. En general, la demanda agregada es decreciente, lo que significa que a medida que suben los precios, disminuye la cantidad demandada. El equilibrio en el modelo AS-AD se produce cuando la cantidad de producción (PIB) coincide con la cantidad demandada a un nivel de precios determinado. En este punto, la economía se encuentra en equilibrio macroeconómico (Martínez y Ponyanco, 2022).

Los cambios en la demanda agregada pueden hacer que la curva AD se desplace hacia la derecha (expansión) o hacia la izquierda (contracción). Por ejemplo, un aumento del gasto público o una disminución de los tipos de interés pueden aumentar la demanda agregada. Los cambios en la oferta agregada pueden deberse a factores como los cambios en los costes de producción, la tecnología o la productividad. Una disminución de los costes de producción puede hacer que la curva AS se desplace hacia la derecha, aumentando la producción a un nivel de precios dado (Paredes et al, 2019).

De acuerdo a Leyva (2022), el modelo AS-AD se utiliza para examinar cómo los cambios en la demanda agregada y la oferta agregada pueden afectar a la inflación y la recesión. Por ejemplo, un aumento de la demanda agregada sin el correspondiente aumento de la oferta agregada podría provocar inflación si la economía funciona a su máxima capacidad. Así también, el modelo AS-AD se utiliza para evaluar el impacto de las políticas fiscales y monetarias en la economía.

#### **6.4. Modelo de crecimiento económico**

Según Cruces (2021), el modelo de crecimiento económico es un enfoque teórico que trata de comprender y explicar cómo una economía aumenta su producción y su riqueza a lo largo del tiempo. A lo largo de la historia se han desarrollado varios modelos de crecimiento económico, pero dos de los más conocidos y utilizados son el "Modelo de Crecimiento Exógeno" y el "Modelo de Crecimiento Endógeno."

##### **6.4.1. Modelo de crecimiento exógeno**

De acuerdo a Robles et al (2020), el modelo de crecimiento exógeno es una teoría económica que describe el crecimiento económico como un proceso autónomo determinado principalmente por factores externos o exógenos más que por factores

económicos internos. Según este concepto, el crecimiento económico no depende de las decisiones de política económica ni de la acumulación de capital y otros recursos internos. Se considera que el crecimiento económico está impulsado por factores externos como los avances tecnológicos, el crecimiento de la población y el descubrimiento de recursos naturales, entre otros. Estos factores se consideran exógenos porque no están bajo el control de la economía y no dependen de decisiones internas.

En este modelo, se supone que la economía crecería a una tasa constante y sostenible en el tiempo. Esta tasa de crecimiento se considera independiente de la inversión, el ahorro o cualquier otro elemento interno (Arancibia, 2021). Asimismo, este modelo no implica que las economías más pobres converjan en términos de ingresos con las más ricas. Cada economía puede mantener su propia tasa constante de crecimiento, independientemente de su nivel inicial de desarrollo. Sin embargo, una crítica muy común a este modelo es que no proporciona una explicación completa del crecimiento económico porque ignora factores internos importantes como la inversión en capital humano, la acumulación de capital físico y otros motores del crecimiento económico a largo plazo (Eguiluz, 2019). Como menciona Orozco (2020), es crucial señalar que el modelo de crecimiento exógeno es un enfoque simplificado utilizado para ilustrar la idea de que el crecimiento económico puede producirse sin intervención activa ni política económica. Sin embargo, en realidad son muchos los factores internos y externos que se combinan para determinar el ritmo y la sostenibilidad del crecimiento económico.

#### **6.4.2. Modelo de crecimiento endógeno**

De acuerdo a Ramon (2020), el modelo de crecimiento endógeno es una teoría económica que se centra en explicar el crecimiento económico a través de factores económicos internos o endógenos, a diferencia del modelo de crecimiento exógeno, que se basa en factores externos. El modelo de crecimiento endógeno reconoce la importancia de la acumulación de capital humano, como la educación y la formación, en el crecimiento económico. El aumento de la formación y la educación de la mano de obra pueden impulsar la productividad y el crecimiento económico a largo plazo. A diferencia del modelo de crecimiento exógeno, el modelo de crecimiento endógeno se basa en la capacidad de una economía para generar innovaciones y avances tecnológicos a nivel interno. La inversión en investigación y desarrollo, así como la difusión del conocimiento, son componentes críticos del crecimiento. Así también, se considera que

existen rendimientos crecientes a escala en el crecimiento endógeno, lo que significa que a medida que aumenta la producción, disminuye el coste por unidad. Esto incentiva la inversión y permite el crecimiento económico (Miranda, 2021).

Según Herrera et al (2023), este modelo de crecimiento produciría externalidades positivas, que se refieren a los beneficios que una inversión o actividad económica pueden proporcionar en otros sectores o empresas. Por ejemplo, una empresa que invierte en investigación y desarrollo puede beneficiar a otras empresas y a la economía en su conjunto. Y a diferencia del paradigma del crecimiento exógeno, la política económica activa desempeña un papel clave en el crecimiento endógeno. Los gobiernos pueden influir en la inversión en capital humano, investigación y desarrollo y otras actividades que fomentan el crecimiento económico. Para Arancibia (2021), el modelo de crecimiento endógeno ofrece una explicación más completa y realista del crecimiento económico a largo plazo al tener en cuenta una serie de factores internos en los que pueden influir las políticas y decisiones económicas.

Aparte de estos dos modelos, existen otras teorías y enfoques en el campo del crecimiento económico, como el "Modelo de Solow", que se centra en la acumulación de capital y la productividad total de los factores, y el "Modelo de Convergencia", que sugiere que las economías más pobres crecen más deprisa que las ricas, lo que conduce a una convergencia en los niveles de ingreso (De Bartolome, 2020). Los modelos de crecimiento económico son fundamentales para comprender los factores que impulsan el desarrollo económico a largo plazo, así como el modo en que las políticas económicas pueden influir en el crecimiento. Estos modelos también ayudan a identificar retos, como la desigualdad o la falta de inversión en capital humano, que pueden obstaculizar el crecimiento económico.

### **6.5. Modelo del ciclo económico**

Según Neves (2023), el modelo de ciclo económico es una representación simplificada de las fluctuaciones recurrentes de la actividad económica a lo largo del tiempo. Estas fluctuaciones se conocen como ciclos económicos, y se distinguen por periodos de expansión (crecimiento económico) seguidos de periodos de contracción (declive económico). El modelo del ciclo económico se utiliza para analizar y comprender estas fluctuaciones y sus causas.

Los ciclos económicos suelen dividirse en cuatro etapas: expansión, pico, depresión y fondo. Durante la expansión, la economía crece, alcanza un máximo y luego entra en un periodo de contracción antes de tocar fondo. Tras tocar fondo, comienza una nueva fase de expansión (Rezkalah, 2021). Los ciclos económicos están influidos por diversos factores, como los cambios en la demanda agregada (por ejemplo, el gasto de los consumidores y la inversión empresarial), las políticas gubernamentales, las perturbaciones externas, los cambios en la confianza empresarial y la innovación tecnológica. El modelo de ciclo económico utiliza los conceptos de oferta y demanda agregadas para explicar cómo se mueve la economía a través de sus etapas. Por ejemplo, durante un periodo expansivo, la demanda agregada suele superar a la oferta agregada, lo que se traduce en crecimiento económico. La demanda puede disminuir durante un periodo de contracción, lo que se traduce en una disminución del crecimiento (Akhtyrskaya, 2022).

Según Gutiérrez et al (2023), los ciclos económicos repercuten en el mercado laboral y en el nivel de precios. Durante una expansión, la tasa de desempleo tiende a bajar, aunque la inflación puede subir. Durante una recesión, por el contrario, la tasa de desempleo aumenta mientras que la inflación desciende. Los gobiernos y los bancos centrales suelen emplear políticas económicas, como la fiscal y la monetaria, para suavizar los ciclos económicos y estimular el crecimiento durante las recesiones, evitando al mismo tiempo el recalentamiento durante las expansiones.

Como indica Orozco (2020), existen numerosos modelos y teorías que intentan explicar los ciclos económicos, como el modelo del acelerador, el modelo del multiplicador keynesiano y el modelo de la oferta y la demanda agregadas. Estos modelos ofrecen diferentes perspectivas sobre cómo se generan los ciclos económicos. El estudio de las distintas perspectivas en los ciclos económicos es esencial para los economistas y los responsables de la política económica porque les permite anticiparse y responder a las fluctuaciones económicas para mantener la estabilidad y el crecimiento a largo plazo.

#### **6.6. Modelo Mundell - Fleming**

De acuerdo a Quintero (2023), el modelo Mundell-Fleming, a menudo conocido como modelo IS-LM-BP, es un modelo macroeconómico teórico utilizado para analizar las interacciones entre los mercados de bienes, dinero y activos financieros en una

economía abierta. Fue desarrollado en la década de 1960 por los economistas Robert Mundell y Marcus Fleming y resulta especialmente útil para comprender cómo afectan las políticas fiscales y monetarias a la economía en un entorno cambiante.

Uno de los elementos del modelo Mundell – Fleming es el mercado de bienes. Según Robles et al (2020), el mercado de bienes de este modelo, es a menudo conocido como curva IS (Inversión y Ahorro), es fundamental para comprender cómo se relacionan los niveles de producción e ingreso en una economía abierta, es decir, que considere el comercio exterior. La curva IS representa todas las combinaciones posibles de tipos de interés y niveles de producción que dan lugar al equilibrio del mercado. Cuando aumenta el coste total de los bienes vendidos, la curva IS se desplaza hacia la derecha, lo que implica un aumento de la producción. Este desplazamiento de la curva IS puede entenderse utilizando la lógica del keynesianismo. Cuando aumenta el gasto, ya sea a través de un incremento del gasto público, de la inversión privada o de las exportaciones netas, aumenta la producción para satisfacer la demanda. Esto significa que las empresas necesitarán utilizar más mano de obra y recursos para producir más bienes y servicios. En consecuencia, aumentan tanto la producción como el ingreso (Anguita y Labrador, 2019).

Este aumento de la producción repercute en otros componentes del modelo, como el tipo de interés y el tipo de cambio, lo que a su vez afecta a la dinámica económica en una economía abierta. En resumen, el mercado de bienes del modelo Mundell-Fleming es fundamental para entender cómo las políticas fiscales y monetarias pueden afectar a la producción y la renta en una economía interconectada a escala mundial.

Otro de los componentes de este modelo, es el mercado de dinero. De acuerdo a Cruces (2021), está representado por la curva LM (Liquidez y Dinero), es fundamental para analizar la relación entre los tipos de interés y el nivel de ingreso en una economía abierta. La curva LM representa todas las combinaciones de tipos de interés y niveles de ingreso que permiten alcanzar el equilibrio financiero. Cuando aumenta la cantidad de dinero en circulación, la curva LM se desplaza hacia la derecha, lo que se traduce en una disminución de los tipos de interés. Este efecto está relacionado con la teoría cuantitativa del dinero económico. Un aumento de la cantidad de dinero disponible en la economía reduce los tipos de interés porque la gente busca prestar su dinero a tipos de interés más bajos debido al aumento de la liquidez. Al bajar los tipos de interés,

disminuye el costo de financiación de los proyectos de inversión, lo que puede impulsar la inversión así como el aumento de los ingresos (Contreras, 2020). La interacción entre las curvas IS y LM en el modelo Mundell-Fleming es fundamental para entender cómo la política monetaria puede afectar a los tipos de interés y, por extensión, a la producción y la renta en una economía abierta. Este enfoque permite examinar el equilibrio entre los mercados de bienes y de dinero, así como evaluar el impacto de las políticas económicas en ambos.

Sin embargo, existe un tercer elemento a considerar, el mercado de activos financiero, representado por la curva BP (Balanza de Pagos). De acuerdo a Limonta (2021), este mercado examina la relación entre los tipos de interés y los tipos de cambio en una economía abierta. Esta interacción es fundamental para comprender cómo afectan las políticas monetaria y cambiaria al equilibrio del mercado y, en última instancia, a la economía en su conjunto. La curva BP representa todas las combinaciones de tipos de interés y de cambio que mantienen en equilibrio el mercado de activos financieros. Cuando los tipos de interés de un país son más altos que los de otros, a los inversores les puede resultar más atractivo invertir en ese país, lo que aumenta la demanda de su moneda y, en consecuencia, aprecia el tipo de cambio. Por el contrario, cuando los tipos de interés bajan, la demanda de dinero disminuye y el tipo de cambio se deprecia (Oliveira et al, 2020). Los cambios en los tipos de interés y los tipos de cambio pueden hacer que la curva BP se desplace, lo que a su vez repercute en la economía real al afectar a las exportaciones y las importaciones.

En síntesis, el modelo Mundell-Fleming puede utilizarse para examinar cómo las políticas económicas, como la monetaria y la cambiaria, pueden afectar a este mercado y, en consecuencia, a las balanzas comerciales y de pagos internacionales.

### **6.7. Modelo de Expectativas racionales**

Según Costas (2020), el modelo de expectativas racionales es una teoría económica basada en la premisa de que las personas toman decisiones económicas basándose en toda la información disponible y generan expectativas racionales sobre el futuro. Este modelo supone que los agentes económicos, ya sean consumidores, inversores o empresas, toman decisiones óptimas basadas en la información disponible en cada momento. Esto implica que las expectativas de las personas sobre factores

económicos como los precios, los tipos de interés o los beneficios futuros son exactas y están disponibles en Internet.

De acuerdo a Rodríguez (2021), el modelo de expectativas racionales se utiliza en macroeconomía para analizar una amplia gama de fenómenos económicos como la inflación, el desempleo y las políticas monetarias y fiscales. También se utiliza en teoría financiera para comprender el comportamiento de los mercados financieros y los precios de las materias primas. Sin embargo, este modelo ha sido objeto de críticas y debates en la economía, porque en realidad las expectativas de las personas suelen estar influidas por sesgos, información limitada o acontecimientos inesperados. A pesar de estas críticas, sigue siendo una herramienta importante en la investigación económica y la formulación de políticas.

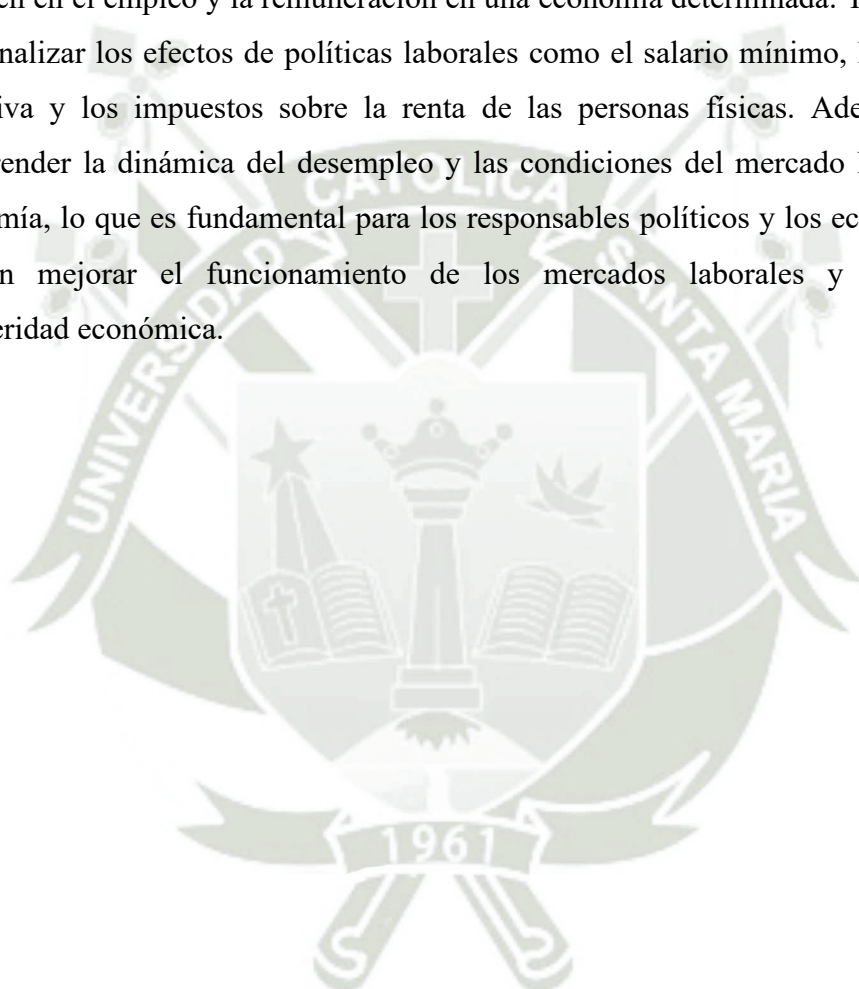
#### **6.8. Modelo de oferta y demanda laboral**

De acuerdo a Arancibia (2021), el modelo de oferta y demanda laboral es una herramienta teórica utilizada en economía para analizar el mercado laboral y determinar el equilibrio entre la oferta de mano de obra individual y la demanda de mano de obra de las empresas. Este modelo, al igual que el concepto de oferta y demanda de bienes y servicios, se basa en la interacción de dos fuerzas principales: la oferta y la demanda de mano de obra.

Según, la oferta de trabajo representa la cantidad de trabajo que los individuos están dispuestos a ofrecer en el mercado laboral a distintos niveles salariales. Por lo general, la oferta de trabajo aumenta a medida que aumenta el salario, ya que las personas están más dispuestas a trabajar cuando pueden obtener una mayor compensación. Las preferencias personales, las oportunidades educativas y las decisiones sobre la gestión del tiempo son factores que influyen en las ofertas de trabajo. Por otro lado, la demanda de mano de obra representa el número de puestos de trabajo que las empresas están dispuestas a ofrecer con distintos niveles salariales. La demanda de mano de obra disminuye a medida que aumentan los salarios, ya que las empresas tratan de reducir los costes laborales. Los factores que influyen en la demanda de mano de obra son la productividad laboral, la tecnología y la demanda de bienes y servicios producidos por los trabajadores (Gonzales y Yabar, 2020). El mercado laboral alcanza el equilibrio cuando la cantidad de trabajo ofrecida es igual a la cantidad de trabajo demandada, es decir, cuando las curvas de la oferta y la demanda

se cruzan. En ese momento se determinan el nivel de empleo y el salario. Si el salario es demasiado bajo, habrá escasez de trabajadores (la demanda de mano de obra es mayor que la oferta), lo que puede dar lugar a salarios más altos. Si el salario es demasiado alto, habrá un exceso de trabajadores (oferta de mano de obra mayor que la demanda), lo que puede dar lugar a salarios más bajos.

Según Labbé (2020), este modelo es esencial para comprender los factores que influyen en el empleo y la remuneración en una economía determinada. También es útil para analizar los efectos de políticas laborales como el salario mínimo, la negociación colectiva y los impuestos sobre la renta de las personas físicas. Además, ayuda a comprender la dinámica del desempleo y las condiciones del mercado laboral en una economía, lo que es fundamental para los responsables políticos y los economistas que quieren mejorar el funcionamiento de los mercados laborales y promover la prosperidad económica.



## CAPÍTULO II: EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

### 1. Conceptos:

El derecho del consumidor es una rama del derecho que protege los intereses y derechos de las personas que adquieren bienes o servicios para su uso o consumo personal. Asegurando que los productos y servicios sean seguros, confiables y se ajusten a las expectativas razonables de los consumidores, su objetivo es equilibrar la relación entre consumidores y proveedores. Este campo legal tiene como objetivo evitar prácticas comerciales desleales, garantizar que la información que se proporciona a los consumidores sea clara y ayudarlos a tomar decisiones inteligentes (Anguita y Labrador, 2019). Además, los temas de garantía, devolución, reparación y compensación en caso de productos defectuosos o servicios insatisfactorios se abordan con frecuencia en el derecho del consumidor. En última instancia, tiene como objetivo promover la justicia y la igualdad en las relaciones comerciales mientras protege a los consumidores en un entorno de mercado (Rodríguez, 2021).

Seguidamente desde otro punto de vista, el derecho del consumidor lo define como un contrapeso al poder de las grandes corporaciones, luchando por leyes y reglamentos que salvaguarden los intereses de los consumidores y les proporcionen vías legales para reclamar indemnizaciones en caso de que haya productos defectuosos o prácticas empresariales poco éticas (Martínez y Poyanco, 2022). Es por esto que se centra en asegurarse de que recibe un trato justo y seguro al interactuar con las empresas. Esto implicaría luchar por la equidad en los tratos comerciales y garantizar que los bienes y servicios suministrados son seguros y cumplen las normas de calidad. Además, su importancia recaería en abogar por la transparencia y la información precisa a los consumidores para que puedan tomar decisiones con conocimiento de causa (Resiso, 2019). Nader considera el derecho del consumidor como

Como otra perspectiva de esta especialidad se considera que el derecho del consumidor se centra en poder minimizar la regulación gubernamental dentro de las relaciones comerciales considerándolo como una rama basada en la autonomía contractual y la menor intervención estatal en asuntos de protección al consumidor (Miranda, 2021). Abogando por un enfoque basado en el mercado y los contratos voluntarios, argumentando que el derecho al libre albedrío y la capacidad de ejercer la

autoridad son esenciales. Una regulación excesiva en esta materia puede restringir la libertad de los consumidores e impedir que el mercado funcione eficientemente, sosteniendo que todas las partes implicadas deberían ser libres de establecer acuerdos comerciales sin interferencias del gobierno (Rezkalah, 2021).

Asimismo, se define a este campo legal se rige con un pilar fundamental para la defensa de los ciudadanos en una economía de mercado, garantizando que sus intereses no sean vulnerados por prácticas abusivas o engañosas por parte de las empresas y proveedores. Por lo que se centra en salvaguardar los derechos fundamentales de los consumidores, como la información veraz, la seguridad en los productos y la garantía de un trato justo en las transacciones comerciales (Herrera y Henao, 2023).

Seguidamente se define al derecho del consumidor como rama del derecho que se enfoca en la protección de los individuos en su papel de consumidores. Esta disciplina legal tiene como propósito fundamental equilibrar la relación entre productores y consumidores en un mercado, asegurando que los consumidores gocen de sus derechos y que los productos y servicios que adquieren cumplan con estándares de calidad adecuados (Arango y Arevalo, 2022). Sosteniéndose que el derecho del consumidor se fundamenta en la premisa de que los consumidores son la parte más vulnerable en las transacciones comerciales y, por lo tanto, requieren de un marco normativo que los proteja de prácticas injustas o engañosas por parte de empresas y proveedores. En este sentido, esta rama del derecho abarca una amplia gama de cuestiones, incluyendo la regulación de la publicidad, la seguridad de los productos, la información precisa para la toma de decisiones, y la responsabilidad de los fabricantes. Dicho esto, el enfoque principal de esta definición es poder lograr garantizar que los consumidores estén debidamente informados, empoderados y protegidos en el mercado, contribuyendo así a la construcción de relaciones comerciales justas y equitativas en la sociedad moderna (Akhtyrskaya et al, 2022).

Asimismo, el derecho del consumidor es un complejo entramado de normas legales y principios jurídicos que se diseñan con el propósito de resguardar los intereses y derechos de los individuos que adquieren bienes o servicios en un mercado. Esta rama del derecho se enfoca en promover un equilibrio en las relaciones entre los consumidores y los proveedores, garantizando, en última instancia, que los consumidores sean tratados con justicia y que sus derechos no sean vulnerados por prácticas desleales o abusivas en el ámbito comercial. Esta especialidad de derecho

abarca una amplia gama de cuestiones, desde la regulación de la publicidad y la promoción, la calidad y seguridad de los productos y servicios, hasta la protección de datos y la resolución de disputas (Gaitan et al, 2020). Además, esta disciplina legal también se ocupa de promover la educación del consumidor, fomentando la toma de decisiones informadas y conscientes. En resumen, el derecho del consumidor tiene como principal objetivo garantizar que los consumidores sean tratados con equidad y justicia en el mercado, asegurando que las transacciones comerciales sean transparentes, seguras y satisfactorias para todas las partes involucradas (Costas, 2020).

De igual manera se define el derecho del consumidor como un subconjunto del derecho que se centra en proteger a quienes adquieren bienes y servicios en un mercado. Esta disciplina legal busca garantizar que los proveedores y los consumidores no caigan de prácticas abusivas o engañosas de parte de empresas y comerciantes, eso que tiene como objetivo fundamental nivelar el ámbito de juego entre ellos. Este ámbito del derecho se basa en la idea de que los consumidores son la parte más vulnerable en las relaciones comerciales y, como tales, necesitan un marco regulador que proteja y defienda sus derechos (Rincón, 2020). Donde se incluye un gran rango de temas, incluyendo la resolución de conflictos, la garantía de un trato justo, compenetrado con la calidad y seguridad de los productos y servicios, y mucho más. Además, las ramificaciones de este derecho pretenden avanzar en la educación del consumidor, capacitando a las personas para tomar decisiones informadas y meditadas sobre sus compras y contratos. En resumen, el principal objetivo del derecho de los consumidores es protegerlos en el mercado, garantizando que se respeten sus derechos y que las prácticas empresariales sean justas y transparentes, promoviendo en última instancia la equidad y el bienestar en la sociedad actual (Arancibia, 2021).

Asimismo, el Derecho del Consumidor es una rama fundamental del derecho que se centra en salvaguardar los derechos e intereses de los individuos que adquieren bienes y servicios en el mercado. Su propósito es doble: en primer lugar, garantizar la seguridad y satisfacción de los consumidores, asegurándose de que los productos y servicios sean de calidad y cumplan con las expectativas razonables. En segundo lugar, busca equilibrar las relaciones entre los consumidores y los proveedores, regulando las prácticas comerciales para evitar abusos, fraudes y engaños (Esteve, 2021). Este campo legal se encarga de establecer normas que promueven la transparencia en la información, el derecho a la elección informada y la protección en caso de incumplimiento o defectos

en los productos o servicios adquiridos. En resumen, el Derecho del Consumidor tiene como objetivo primordial garantizar la justicia y la equidad en el mercado, empoderando a los consumidores y asegurando que sus derechos sean respetados (Fontestad, 2021).

Seguidamente se entiende al derecho del consumidor, como una subdisciplina del derecho que se enfoca en la salvaguardia de los derechos e intereses de quienes adquieren bienes y servicios en términos de relaciones comerciales. La función central de esta disciplina jurídica es asegurar que los clientes estén seguros de transacciones en el mercado con el suficiente estímulo para que sean justas, seguras y transparentes (Cruces, 2021). Teniendo como objetivo equilibrar la asimetría de poder entre los proveedores y los consumidores, ya que los primeros son en general la parte más vulnerable en estas relaciones comerciales. La responsabilidad del fabricante o proveedor y la resolución de conflictos son algunas de las cuestiones en las que se centra el Derecho del consumo. Además, este marco jurídico pretende promover la educación del consumidor, capacitando a las personas para tomar decisiones responsables e informadas (Oliveira, 2020).

Como otro enfoque del derecho del consumidor se define como un conjunto de normas y directrices destinadas a garantizar que los consumidores reciban un trato justo y equitativo en el mercado, contribuyendo a construir un entorno comercial transparente, seguro y respetuoso que defienda los derechos individuales de los consumidores (Akhtyrskaya et al, 2022). Proyectándose en la defensa de los individuos que actúan como consumidores en el ámbito de las transacciones comerciales teniendo como consecuencia que sea la finalidad de esta subespecialidad, El derecho del consumidor se centra en cuidar los derechos fundamentales de los consumidores, como la veraz información, la seguridad en los productos y servicios y la garantía de un trato justo en las interacciones comerciales, esta disciplina legal se destaca por esto. Abarcando una lista dentro de esta materia, con diferentes regulaciones como la responsabilidad de la parte, la resolución de litigios y la educación de los consumidores. Además, este marco legal pretende lograr el equilibrio dentro de una relación de poder entre consumidores y proveedores, reconociendo que los consumidores son normalmente la parte más frágil en estas transacciones (Henriquez, 2020).

Desde el punto de vista de un autor que trabaja para el mercado, el derecho del consumidor puede definirse como un conjunto de normas jurídicas destinadas a

garantizar que las transacciones comerciales se realicen de forma justa y transparente, centrándose en lograr un equilibrio entre los intereses de las empresas libres y los derechos de los consumidores. Desde esta perspectiva, se considera que un mercado sano y competitivo es esencial para el bienestar económico de la sociedad y que la protección del consumidor nunca debe ir en detrimento de la eficiencia económica (Huapaya y Sanchez, 2019). Este enfoque se basa en la idea de que la autorregulación y la competencia en el sector son mecanismos eficaces para garantizar que los consumidores puedan elegir y acceder a bienes y servicios de calidad. Se debe a una interferencia mínima del gobierno en las operaciones del mercado. Por el contrario, también reconoce la necesidad de una normativa que impida las prácticas empresariales deshonestas o abusivas para preservar la confianza de los consumidores en el mercado y garantizar transacciones justas y equitativas (Fontestad, 2021).

Asimismo, el derecho del consumidor es un conjunto de normas destinadas a promover la equidad y justicia, una rama del derecho que se centra en la protección de las personas que actúan en el rol de consumidores en las transacciones comerciales. El propósito principal de este ámbito legal es proteger los derechos de esta parte floja desde, la confiabilidad de la información, la seguridad en los bienes y servicios y la seguridad de un trato justo en el mercado. Comprende un amplio abanico de cuestiones, en la parte más vulnerable de esta relación comercial transparente, respetuosa en una sociedad contemporánea del Siglo XXI (Orozco, 2020).

Para finalizar se pronuncia un personaje destacado en la economía conductual en donde su contribución al movimiento de defensa de los derechos de los consumidores se centra en cómo los individuos toman decisiones en el mercado. Su estudio se enfoca en la teoría de la contabilidad mental y la economía del comportamiento. Su trabajo ha influido en la comprensión de cómo las personas toman decisiones financieras y cómo esas decisiones pueden verse influidas y protegidas por leyes y políticas de protección del consumidor. Señaladamente, el enfoque del derecho del consumidor se subraya la importancia de reconocer que los consumidores no siempre se comportan racionalmente y, en consecuencia, los derechos del consumidor deben abordar los efectos del comportamiento humano en el mercado. Su trabajo refleja la necesidad de políticas que, en línea con los principios fundamentales del derecho del consumidor, protejan a los consumidores de prácticas engañosas o perjudiciales y promuevan decisiones informadas (Henriquez, 2020).

## 2. Elementos:

### 2.1. Consumidor:

Un cliente es un actor clave tanto en el ámbito de los derechos de los consumidores como en el económico. Hablamos de una persona o una organización que realiza transacciones comerciales para adquirir bienes o servicios con el fin de satisfacer sus necesidades personales o empresariales. Debido a que sus decisiones de compra impulsan la demanda de bienes y servicios del mercado, los consumidores desempeñan un papel crucial en la dinámica económica.

Todos los géneros y conjuntos demográficos, además de empresas y organizaciones que adquieren insumos para sus operaciones, se acuden al concepto de consumidor. En sus vínculos comerciales, los clientes buscan un trato equitativo, un producto de calidad y un buen valor por su dinero. En el marco de los derechos de los consumidores, se les conceden derechos y protecciones para garantizar que están debidamente informados, que los bienes y servicios cumplen las normas de calidad y son seguros, y que se evitan las prácticas comerciales engañosas o abusivas. En muchos ordenamientos jurídicos se reconocen derechos como el derecho a la información, el derecho a la seguridad de bienes y servicios, el derecho al voto y el derecho a indemnización o reparación en caso de problema.

En resumen, un consumidor es un miembro vital de la economía que adquiere bienes y servicios para satisfacer sus necesidades, y su derecho a una protección adecuada y a transacciones transparentes y justas en el mercado. Numerosos autores han debatido ampliamente el papel del consumidor en el derecho de los consumidores. Aunque tienen derechos fundamentales que deben ser protegidos, los consumidores desempeñan un papel importante como actores económicos. Según este punto de vista, los consumidores son el grupo más vulnerable en las transacciones comerciales, por lo que necesitan una regulación y protección adecuadas.

Según los autores, los consumidores tienen derecho a una información veraz, a la seguridad de los bienes y servicios y a una toma de decisiones informada. También tienen derecho a solicitar el reembolso o una reparación en caso de que reciban bienes o servicios de calidad inferior. Es su responsabilidad ejercer estos derechos tomando

decisiones informadas en el mercado y denunciar las prácticas comerciales desleales o engañosas.

Además, al valorar sus derechos, los consumidores fomentan la competencia y la integridad del mercado. Los autores insisten en la necesidad de educar y concienciar a los consumidores para que puedan tomar decisiones con conocimiento de causa y contribuir al desarrollo de un mercado más justo y transparente.

## **2.2. Proveedor:**

La noción de proveedor abarca tanto el ámbito jurídico como el económico. En economía se denomina proveedor a la persona u organización que proporciona bienes o servicios al mercado a cambio de un pago. Los proveedores pueden ser individuos, compañías, distribuidores, productores y empresas que brinden bienes o servicios a consumidores, otras compañías o el gobierno (Costas, 2020). Desde el punto de vista jurídico, la parte que ofrece bienes o servicios al mercado se conoce como proveedor o empresario. Debe cumplir las normas de seguridad y calidad y estar sujeto a la normativa legislativa. En términos económicos, los proveedores son quienes crean y suministran bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores, buscando al mismo tiempo beneficios económicos (Gaitan et al, 2020).

En el marco del derecho del consumidor, el proveedor es un actor clave que regula las relaciones entre proveedores y consumidores. Según esta visión, es obligación legal de los proveedores ofrecer bienes y servicios que cumplan con los estándares de calidad, seguridad y veracidad de la información. Los productos engañosos, la publicidad falsa y las prácticas comerciales engañosas están sujetos a regulaciones y normativas (De Bartolome, 2020).

En todos los ámbitos, la relación proveedor-consumidor se basa en la oferta y la demanda, el suministro de bienes y servicios y el respeto de los derechos y obligaciones legales de cada parte. El derecho del consumidor regula la interacción entre proveedores y consumidores, ya que es un componente fundamental de la economía, asegurando relaciones comerciales transparentes y justas (Labbé, 2020).

El papel del proveedor es crucial para el derecho del consumidor. Como quienes proporcionan bienes y servicios a los consumidores, los proveedores son responsables de cumplir las normas de calidad, seguridad y veracidad en la información que facilitan.

Deben garantizar que los bienes y servicios cumplen las especificaciones prometidas y no suponen un riesgo material para la salud o la seguridad del consumidor. Las normativas y regulaciones que prohíben prácticas comerciales fraudulentas o engañosas, publicidad falsa y la venta de productos defectuosos también trabajan contra los proveedores (Quintero, 2023). Su tarea incluye guardar los derechos de los consumidores y fomentar transacciones comerciales transparentes y justas. Donde la importancia de los proveedores está en el papel fundamental que desempeñan en el marco de los derechos de los consumidores (Herrera et al, 2023).

### **2.3. Producto y/o servicio:**

Exige una gama de conceptos relacionados con "producto" en economía, cada uno con su propio significado y aplicabilidad en diferentes contextos económicos y financieros.

Importantes definiciones de "producto" en este sentido proceden de autores del ámbito de los derechos de los consumidores. Desde este punto de vista, se denomina producto al bien o servicio tangible que los clientes adquieren a través de transacciones comerciales. Para satisfacer las expectativas razonables del cliente, dicho bien o servicio debe cumplir ciertas normas de calidad, seguridad y fiabilidad. La calidad y la seguridad del producto son factores cruciales (Martin, 2020). Los autores subrayan que los clientes tienen derecho a que los bienes cumplan las especificaciones y declaraciones del fabricante o proveedor y no supongan un riesgo material para su salud o seguridad (Huamán y Antayhua, 2021).

Los productos deben además ser vinculados con información precisa y completa para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas. Esto incluye, si procede, instrucciones claras, directrices de uso, advertencias y detalles sobre los ingredientes o componentes.

Los clientes tienen derecho a solicitar la reparación, sustitución o compensación en caso de que un producto sea defectuoso o no cumpla sus expectativas. Este derecho es esencial para asegurar que los consumidores no sean dañados por defectuosos productos o comercializaciones engañosas (Rodríguez et al, 2020).

En resumen, en el derecho del consumidor, el "producto" se refiere a un bien o servicio que los consumidores adquieren y que debe ser seguro, de calidad, cumplir con

las representaciones hechas, estar acompañado de información adecuada y ofrecer vías de resolución de problemas en caso de problemas, todo con el propósito de proteger los intereses y derechos de los consumidores (Miranda, 2021).

Dado que tanto los productos como los servicios son componentes esenciales del mercado y de las transacciones comerciales, existe una relación entre ellos. Aunque los servicios son intangibles y consisten en acciones o actividades realizadas para satisfacer las necesidades o deseos del consumidor, los productos son bienes tangibles como los objetos físicos.

Numerosas transacciones muestran claramente cómo ambos están relacionados. Un automóvil, por ejemplo, puede ir acompañado de servicios relacionados como mantenimiento y garantías. Además, un servicio como el transporte público suele implicar el uso de bienes como vehículos y equipos. Además, la calidad de un producto puede verse influida por el servicio que lo respalda, como la atención al cliente o el soporte posventa (Fernández, 2021). Cuando toman decisiones de compra, los consumidores frecuentemente consideran tanto el producto en sí mismo como la calidad del servicio que lo acompaña. Entendiendo, la relación entre producto y servicio en el mercado es amplia y complementaria porque ambos son componentes esenciales para satisfacer las necesidades de los consumidores y desempeñan un papel significativo en la experiencia global del consumidor (Leyva, 2022).

#### **2.4. Autonomía del derecho del consumidor:**

La autonomía del Derecho del consumidor se refiere a su capacidad para funcionar de forma autónoma e independiente, sin estar subordinado a otros ámbitos jurídicos o intereses comerciales. Para proteger los intereses de los consumidores en las transacciones comerciales, el Derecho del consumo tiene su propio conjunto de principios, reglamentos y procedimientos (Henríquez, 2020). El valor de la autonomía de esta subespecialidad se deriva de su capacidad para gestionar eficazmente la protección de esos derechos. Cuando una empresa es independiente, puede concentrarse en garantizar que sus prácticas comerciales sean justas y seguras para los clientes, libre de influencias externas que puedan comprometer su integridad (Cairampoma, 2021).

## 2.5. Relación de consumo:

Una relación de consumo es un intercambio entre un comprador y un vendedor o empresario en un entorno comercial. Desde el punto de vista jurídico, conlleva normativas para salvaguardar los derechos del consumidor, y desde el punto de vista económico, desempeña un papel fundamental en la economía de mercado al influir en la oferta, la demanda y la competencia. La relación de consumo es fundamental para la economía en su totalidad y para el derecho del consumidor (Arancibia, 2021).

Cuando una persona o entidad adquiere bienes o servicios se establecen unas relaciones comerciales conocidas como relaciones de consumo. Las normativas y regulaciones diseñadas para proteger los derechos e intereses de los consumidores están sujetas a estas relaciones. El término se refiere a una amplia gama de transacciones, con los agentes antes mencionados desde la compra de bienes en una pequeña tienda hasta la contratación de servicios profesionales. El intercambio de valor económico es requisito por las relaciones de consumo, por lo que se consideran fundamentales para el funcionamiento de la economía. Para garantizar que estas relaciones sean justas, seguras y equitativas para todos, el derecho del consumidor y las leyes conexas desempeñan un papel fundamental a la hora de establecer las normas y obligaciones que las rigen (Paredes et al, 2019).

## 2.6. Asimetría de información

Diferentes perspectivas de autores se centran en la cuestión de cómo las partes implicadas en una transacción pueden encontrar dificultades debido a la falta de acceso a la misma información. De acuerdo con estos, cuando una parte tiene más información que otra, resulta una asimetría de información que puede generar resultados ineficientes en los mercados. Donde la falta de información puede causar un "fracaso del mercado" (Rezkalah, 2021). Esto significa que las partes pueden tomar decisiones que no maximicen el beneficio económico para la sociedad en su conjunto en ausencia de información perfecta o costosa.

La noción de que los mercados siempre funcionan de forma óptima fue cuestionada dado que, en tales circunstancias, puede ser imposible lograr una asignación eficiente de recursos y bienes. Por lo que la falta de información puede generar problemas en los mercados y cómo mecanismos y regulaciones como la señalización y

el riesgo moral pueden contribuir a resolver estos problemas (Arancibia, 2021). Su teoría de la imposibilidad ha sido una importante contribución a la teoría de la información y ha tenido un sólido impacto en la teoría de las finanzas y la economía.

## **2.7. Protección constitucional:**

La importancia de proteger los derechos de los consumidores en la Constitución radica en garantizar el respeto de los derechos fundamentales de los consumidores en un entorno de mercado. Así se garantiza que los ciudadanos sean considerados seres humanos con derechos y dignidad, además de agentes económicos (Resiso, 2019).

Un autor que subraya esta importancia es un experto en regulación y profesor de Derecho en la Universidad de Harvard. Donde público, la prevención de la explotación y el fomento de la equidad en las relaciones de mercado dependen de la protección del derecho constitucional del consumidor.

Esto significa que para garantizar que las regulaciones y políticas gubernamentales protegen adecuadamente a los consumidores, los derechos de los consumidores, tales como el acceso a la información, la seguridad y la elección, deben estar respaldados por disposiciones constitucionales (Ortiz, 2023).

Este punto de vista subraya la necesidad de un enfoque global para salvaguardar los derechos de los consumidores y avanzar en la justicia de mercado, reconociendo que la Constitución desempeña un papel crucial para garantizar que los ciudadanos estén protegidos en sus interacciones comerciales y puedan ejercer efectivamente sus derechos (Anguita y Labrador, 2019).

De igual manera se ha visto esta necesidad en otros aspectos como en temas como la privacidad y las tecnologías digitales, y la vulnerabilidad del consumidor y la necesidad de protección constitucional. Investigaciones que se centran en cómo las prácticas comerciales modernas y los avances tecnológicos pueden poner en peligro los derechos de los consumidores (Martin, 2020).

Se destaca la importancia de tener en cuenta la vulnerabilidad de los consumidores en los entornos digitales, donde la recopilación de datos, la falta de transparencia y la exposición a ciberamenazas pueden poner en peligro la privacidad y la seguridad. Creyendo en la protección constitucional es esencial en un mundo digital porque garantiza la preservación de los derechos privados de los consumidores y la

integridad de sus datos. Su escuela se enfoca en la demanda por leyes eficaces que aborden la vulnerabilidad del consumidor en un contexto donde las tecnologías avanzadas pueden exponer a los individuos a abusos o prácticas comerciales causantes (Limonta, 2021). En resumen, este nuevo enfoque sobre la protección constitucional se basa en relación con las vulnerabilidades de los consumidores en los entornos digitales, destacando la importancia de proteger la intimidad y los derechos de los consumidores en la era de la tecnología. Ofreciendo una perspectiva inestimable sobre cómo deben cambiar las leyes y los reglamentos para hacer frente a las preocupaciones actuales y futuras (Robles et al, 2020).

### **3. Evolución histórica del derecho del consumidor:**

El derecho del consumidor no resulta de un país específico, dado que se origina gradualmente en múltiples países a lo largo del tiempo por normas y diferentes regulaciones internas. No obstante, hay varias naciones que han desempeñado un papel importante en el avance y el progreso de los derechos de los consumidores a lo largo de la historia.

Diferentes autores y publicaciones en los años sesenta, una de las naciones que apporto más en este movimiento por los derechos de los consumidores empezó a tomar forma. Autores ampliamente reconocidos como defensores cruciales de los derechos de los consumidores, en la creación de la Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en las Carreteras (NHTSA) y la Ley de Seguridad de Productos al Consumidor en 1972.

El movimiento de defensa de los derechos de los consumidores se fortaleció en el Reino Unido en 1973 con la creación de la Office of Fair Trade Standards (Oficina de Normas de Comercio Justo), que más tarde se convirtió en la Office of Fair Trade Standards (Oficina de Normas de Comercio Justo. Ayudando a comprender cómo han cambiado los derechos de los consumidores en los contextos británico y europeo.

A través de directivas y reglamentos comunitarios, se ha producido una notable armonización de las leyes de protección del consumidor en toda la Unión Europea. Diferentes escritores han estudiado el desarrollo del derecho del consumidor en Europa y sus efectos en los Estados miembros. En resumen, si bien no existe un país de origen del derecho del consumidor, muchas naciones han contribuido al desarrollo de leyes y reglamentos que salvaguardan los derechos de los consumidores. Numerosos factores

han influido en esta evolución, como la concienciación pública, las normativas gubernamentales y los precedentes jurídicos. La armonización de las leyes de protección del consumidor en múltiples países ha sido posible debido a la colaboración internacional mediante entidades como la Unión Europea. Numerosos autores han aportado perspicaces conclusiones y puntos de vista sobre este proceso durante la evolución del movimiento de los derechos de los consumidores en Europa.

Teorías sobre el desarrollo del derecho del consumidor, en donde un punto de vista más destacables se encuentra en donde se centra en el Reino Unido y su relación con la Unión Europea. Argumentando la legislación y la normativa de la Unión Europea han tenido un papel significativo en el importante desarrollo de los derechos de los consumidores en el Reino Unido. La integración del Reino Unido en la UE ha tenido un impacto significativo en la protección de los consumidores en el país debido a las normas y directivas europeas.

Se sostiene que en este proceso ha conducido a una mayor armonización de las leyes de protección de los consumidores en el Reino Unido. con la normativa de la Unión Europea, lo que ha redundado en una mayor coherencia y uniformidad en la defensa de los derechos de los consumidores en toda Europa. La influencia de las regulaciones de la UE en la legislación nacional se ha mostrado especialmente evidente en áreas como los contratos de consumo, la seguridad de los productos y la publicidad engañosa.

Además, subrayando factores sociales y económicos han impulsado la evolución del derecho del consumidor. La globalización toma un rol importante desde el crecimiento del comercio electrónico y los cambios en el comportamiento de los consumidores han hecho necesaria una mayor protección de éstos. En la adaptación de las leyes británicas para garantizar una mayor protección de los consumidores en un entorno cada vez más complejo y globalizado, la legislación de la Unión Europea ha desempeñado un papel importante.

También se destaca la importancia de la jurisprudencia y la influencia de los tribunales europeos en la interpretación y aplicación de las leyes de protección de los consumidores en el Reino Unido. El papel vital que ha desempeñado la jurisprudencia en la evolución de los derechos y responsabilidades de los consumidores y en la resolución de litigios.

En otras investigaciones se abordó cómo la Unión Europea ha influido en la evolución de las leyes de protección del consumidor en Europa a través de sus directivas y reglamentos.

En la interpretación y aplicación de las leyes de protección del consumidor en Europa, dando importancia a los tribunales europeos, como el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. En la coherencia y evolución de la jurisprudencia relacionada con el derecho de los consumidores, estos tribunales han desempeñado un papel importante donde se exploró cómo la protección del consumidor ha evolucionado hasta convertirse en un elemento crucial de la política de la Unión Europea y cómo está vinculada a objetivos más amplios como el mercado exclusivo y la competencia regional. Llegando a la conclusión que se tendría que haber investigado la relación entre el derecho del consumidor y otras áreas del derecho, como el derecho contractual y el derecho a competir, y cómo estas interacciones han influido en el desarrollo del derecho del consumidor en Europa.

En la evolución del derecho del consumidor en Europa, así como en cómo esta evolución está relacionada con los objetivos y las políticas de la UE en su conjunto.

Además, se resalta la importancia de poder examinar cuestiones como la aplicación efectiva de las normas de protección de los consumidores y la demanda de mecanismos de resolución de litigios fáciles y accesibles. En este ámbito, otra preocupación importante es la eficacia de las leyes de protección de los consumidores en la práctica.

Durante esta evolución no se puede dejar de lado relevancia de estas áreas en la economía actual, con la protección de los consumidores en el ámbito de la contratación electrónica y el comercio electrónico. En pocas palabras, la contribución de estos autores en la evolución de los derechos de los consumidores se centraría en la legislación europea y británica, así como en cuestiones de aplicación y resolución de litigios, con el objetivo de mejorar la protección de los derechos de los consumidores en un entorno cambiante.

A lo largo de los años, la legislación de protección del consumidor en Europa ha desarrollado a través de un proceso continuo y polifacético, con un énfasis notable en las directivas y reglamentos emitidos por la Unión Europea (UE). En el objetivo de crear un mercado único más justo y competitivo, estas normativas han desempeñado un

papel crucial en la armonización de las leyes de protección del consumidor en toda la UE. A continuación, se presentan algunos estudios clave que han abordado este proceso.

*Directiva sobre derechos de los consumidores:* Adoptada en 2011, esta directiva se ha centrado en unificar y racionalizar las leyes de protección del consumidor en toda la Unión Europea. El estudio ha evaluado su influencia en la armonización de las leyes de consumo.

*Directiva sobre prácticas comerciales desleales:* Esta directiva prohíbe las prácticas comerciales desleales que perjudican a los consumidores. Los estudios han examinado cómo esta normativa ha mejorado la protección de los consumidores contra las prácticas engañosas y agresivas.

*Directiva de Revoluciones y Garantías:* Esta directiva se centra en la resolución de conflictos en el ámbito de los bienes de consumo y las garantías. Los estudios han analizado cómo esta normativa ha aumentado la confianza de los consumidores cuando adquieren bienes en la Unión Europea.

*Normativa sobre seguridad de los productos:* La legislación europea establece requisitos estrictos para la seguridad de los productos en el mercado. Diversos estudios han evaluado en qué medida esta normativa ha protegido a los consumidores al reducir los riesgos asociados a los productos no asegurados.

*Reglamento sobre comercio electrónico y protección de datos:* La investigación ha abordado la protección de datos en el contexto de las compras en línea y la regulación de comercio electrónico. Estos ámbitos legales se han adaptado para lidiar con los retos emergentes en el ámbito digital. En general, la investigación ha puesto de manifiesto la importancia de estas directivas y reglamentos en la construcción de un marco jurídico sólido y contundente para la protección de los consumidores en Europa. Además, se ha investigado cómo estas normativas han aumentado la confianza de los consumidores, fomentado el comercio transfronterizo y promovido el único mercado justo y equitativo de toda la Unión Europea. El examen de su impacto se mantiene crucial a medida que las normas de protección del consumidor se adaptan para lidiar con los obstáculos involucrados.

Otra teoría de la evolución del derecho del consumidor entre los intereses de los consumidores y los proveedores, promoviendo un mercado más transparente.

Centrándose en lograr un equilibrio entre los intereses de los proveedores y los de los consumidores para fomentar un mercado más abierto y competitivo. Esta teoría se fundamenta en la convicción de que, para un mercado operativo y justo, es esencial guardar los derechos de los consumidores al no imponer cargas exorbitantes a los proveedores. Las principales funciones y aspectos de esta teoría de la evolución del derecho del consumidor se describen a continuación:

**Protección del consumidor:** La teoría reconoce la importancia de crear un marco jurídico que proteja a los consumidores contra las prácticas comerciales deshonestas, los productos defectuosos o engañosos y los contratos abusivos. Esto exige la promoción de normas de seguridad e información clara y el derecho a rescindir contratos en condiciones justas.

**Equilibrio en las relaciones comerciales:** La normativa sobre derechos de los consumidores pretende garantizar que los proveedores no abusen de su posición de poder en las transacciones comerciales. Esto incluye prohibir la imposición de cláusulas contractuales abusivas, la publicidad engañosa y las prácticas comerciales desleales.

**Fomento de la competencia:** Según esta teoría, se promueve un entorno de mercado más competitivo protegiendo a los consumidores de las prácticas comerciales desleales. Los clientes están dispuestos a participar en el mercado y a tomar decisiones con conocimiento de causa cuando creen que recibirán un trato justo.

**Confianza del consumidor y transparencia:** Es esencial promover la confianza del consumidor y la transparencia en las transacciones comerciales. Los clientes deben tener acceso a información precisa y completa sobre los bienes y servicios que adquieren, ya que esto fomenta su confianza en el mercado.

**Conformidad normativa:** La teoría también indica que los funcionarios deben respetar las normas y leyes de protección de los clientes. Esto garantiza que se respeten los derechos de los consumidores y que quienes infrinjan la ley se enfrenten a las consecuencias.

**Educación del consumidor:** Esta teoría hace mucho hincapié en la educación y la capacitación de los consumidores. La información y la educación permiten a los

consumidores tomar decisiones con conocimiento de causa y salvaguardar sus intereses en el mercado.

Al fin y al cabo, la teoría de la evolución de los derechos de los consumidores que equilibra los intereses de proveedores y consumidores pretende promover un mercado más abierto y competitivo. Esto se consigue mediante normativas que salvaguarden los derechos de los consumidores, fomenten la competencia leal e impulsen la confianza de los consumidores en el mercado. Para alcanzar estos objetivos, son esenciales la aplicación y el cumplimiento efectivos de estas normativas.

A lo largo de la historia, la evolución de los derechos del consumidor en Estados Unidos ha experimentado cambios significativos, y varios autores y académicos han desempeñado un papel importante en su avance, entre ellos personajes destacados dentro de la historia en Estados Unidos como lo fue el caso de John F. Kennedy. .

Además de su rol en la política el 35° Presidente de Estados Unidos, John F. Kennedy, desempeñó un papel importante en el avance de la teoría y la legislación sobre los derechos de los consumidores en el país. A pesar de no ser un autor o teórico tradicional del consumo, su influencia en la protección de los consumidores se debe a su dedicación a la seguridad y el bienestar de los ciudadanos. A continuación se analiza su función en este contexto: John F. Kennedy fue Presidente de Estados Unidos durante la década de 1960, en una época en la que la protección de los consumidores no era un tema importante en la política estadounidense.

A pesar de ello, al abordar las preocupaciones de los consumidores y abogar por una mayor regulación para garantizar la transparencia y seguridad del mercado, su administración provocó un punto de expansión.

Kennedy presentó al Congreso en 1962 un proyecto de ley que se convirtió en la Ley de Etiquetado y Envasado Justos, otra de sus acciones más notables en este sentido (Truth in Packaging Act). Esta normativa exigía que los bienes de consumo llevaran etiquetas informativas que proporcionaran a los consumidores información precisa sobre su contenido y características. Centrada en la transparencia del marketing, esta legislación pretendía abordar las preocupaciones sobre el fraude en la publicidad y la tergiversación de los productos.

Kennedy también creó la Comisión de Consumidores Presidenciales en 1962, cuyas funciones incluían investigar los problemas relacionados con los consumidores y sugerir soluciones. La comisión desempeñó un papel importante a la hora de intensificar el escrutinio de la regulación de los consumidores y poner de relieve los problemas de seguridad de los productos y las prácticas comerciales desleales. Kennedy también tuvo en cuenta la seguridad del mercado automovilístico. Protestó en 1963 ante la industria automovilística para fomentar el uso del cinturón de seguridad y aumentar la seguridad de los vehículos. Estos esfuerzos dieron lugar a la Ley de Seguridad de los Vehículos de 1966, que estableció normas de seguridad para los vehículos de motor y allanó el camino para la creación de la Administración Nacional de Seguridad del Tráfico en Carretera (NHTSA).

John F. Kennedy fue uno de los principales impulsores del avance de la teoría del consumidor por su dedicación a salvaguardar los derechos de los consumidores y promover la transparencia y la seguridad en el mercado.

En la senda de futuras reformas y normativas destinadas a proteger a los consumidores de prácticas comerciales engañosas y productos inseguros, su administración marcó el comienzo de una mayor atención a la regulación y la legislación orientadas al consumidor en Estados Unidos. Su legado perdura como defensor clave de los derechos de los consumidores en la política estadounidense, aunque no fuera un teórico o autor del consumo en el sentido académico.

Además de Kennedy el rol de Estados Unidos en esta evolución fue resaltante partiendo desde periodos IX y XX: Durante el siglo XIX y principios del XX, el derecho del consumidor estadounidense no estaba muy desarrollado. Las leyes se centraban sobre todo en el comercio y la regulación de las prácticas comerciales. Sin embargo, la Ley de Alimentos y Medicamentos Puros de 1906 supuso un punto de inflexión en el debate sobre la seguridad de los alimentos y los medicamentos, que dio lugar a la creación de la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos). Si bien el concepto de protección del consumidor no se estableció de inmediato, el país ha desempeñado un rol central en la promoción de los derechos de los consumidores a nivel nacional y mundial.

Desde los 60's existe una línea cronológica en este país a favor de la protección de los consumidores. Con un fin de contexto histórico se puede expresar lo más resaltante de estas décadas.

En la década de 1960: En Estados Unidos, el movimiento por los derechos de los consumidores empezó a tomar forma durante esta década. Ralph Nader se convirtió en un conocido defensor tras la publicación de su libro "Unsafe at Any Speed" (Inseguro a cualquier velocidad) en 1965. que criticaba la seguridad de los automóviles. Esto llevó a la creación de la National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) y a una mayor concienciación sobre la seguridad de los productos.

Década de 1970: Los Estados Unidos aumentaron su legislación en materia de protección de los consumidores en 1970. La Ley de Protección del Consumidor de 1970 creó la Comisión de Seguridad de Productos de Estados Unidos (CPSC) y estableció normas de seguridad para una amplia gama de productos. Además, la Ley de Prácticas Comerciales Desleales de 1973 abordó las prácticas engañosas y deshonestas.

Década de 1980-1990: Durante esta época se aprobaron más leyes de protección del consumidor, como la Ley de Protección de Privacidad del Consumidor de 1999, que establecía directrices para la recogida y uso de datos personales.

El siglo XXI: Ha experimentado un enfoque en la regulación de la privacidad y la protección de los consumidores en línea en un mundo digital en constante cambio. La legislación y la regulación de la privacidad en Estados Unidos se han visto influidas por la promulgación de leyes como la California Consumer Protection Act (CCPA) y el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en la Unión Europea.

En línea con la promoción de los derechos de los consumidores, Estados Unidos ha desempeñado un papel importante en las Naciones Unidas (ONU) y en los acuerdos comerciales. Un punto clave en las negociaciones comerciales y los acuerdos bilaterales ha sido la participación en la protección de los consumidores.

En definitiva, a lo largo de su historia, Estados Unidos ha desempeñado un papel crucial en el desarrollo del derecho del consumidor. Desde la fundación de agencias de protección del consumidor hasta la promulgación de leyes y reglamentos destinados a garantizar la seguridad, la transparencia y la privacidad de los consumidores, el país ha hecho avanzar la protección de los derechos del consumidor tanto a escala nacional

como internacional. Su influencia ha sido parte integrante del desarrollo de los derechos del consumidor en todo el mundo.



# METODOLOGÍA

## 1. Estrategias metodológicas

### 1.1. Enfoque, tipo y diseño

El enfoque cualitativo en una investigación en derecho se caracteriza por su énfasis en comprender y analizar fenómenos jurídicos desde una perspectiva holística y contextual. Este enfoque busca explorar la complejidad de las situaciones legales, centrándose en la interpretación y comprensión profunda de los contextos sociales, culturales y políticos que rodean a los casos jurídicos. A diferencia de métodos cuantitativos, el enfoque cualitativo no se limita a la medición de variables numéricas, sino que se sumerge en la riqueza de la experiencia humana y examina las narrativas, percepciones y significados subyacentes en las prácticas legales.

La investigación básica es un tipo de indagación científica que tiene como objetivo principal la expansión y profundización del conocimiento teórico, sin buscar aplicaciones prácticas inmediatas. En este enfoque, los investigadores se sumergen en la exploración de conceptos fundamentales y principios subyacentes en una disciplina específica, sin necesariamente estar guiados por la resolución de problemas prácticos o la generación de innovaciones aplicadas. El propósito central de la investigación básica es contribuir al entendimiento más profundo de fenómenos naturales, sociales o conceptuales, generando teorías y construyendo una base sólida de conocimiento que pueda servir como cimiento para investigaciones ulteriores. Aunque la investigación básica no tiene como objetivo directo la solución de problemas prácticos, su importancia radica en su capacidad para abrir nuevas perspectivas, plantear preguntas críticas y proporcionar el sustento conceptual necesario para el desarrollo de aplicaciones prácticas en el futuro.

La fenomenología en la investigación cualitativa es un enfoque filosófico y metodológico que busca explorar y comprender las experiencias vividas de los

individuos en relación con un fenómeno particular. En lugar de centrarse en la realidad externa objetiva, la fenomenología se sumerge en la subjetividad de la experiencia humana, buscando captar cómo las personas perciben, interpretan y dan significado a sus vivencias. Los fenomenólogos sostienen que la realidad no puede separarse de la conciencia que la experimenta, y, por lo tanto, se esfuerzan por describir a fondo las esencias de las experiencias, destacando la estructura fundamental de los fenómenos.

## **1.2. Técnicas, instrumentos y materiales de verificación**

La técnica que utilizaremos será la entrevista semiestructurada, Una entrevista semiestructurada es una técnica de investigación que combina flexibilidad y estructura. En este tipo de entrevista, el entrevistador tiene un conjunto predeterminado de preguntas, pero tiene la libertad de explorar otros temas para permitir que la conversación fluya de manera más natural. Las entrevistas semiestructuradas facilitan la obtención de información detallada y perspicaz, a diferencia de las entrevistas completamente estructuradas, que siguen una estructura rígida que limita las respuestas y las contribuciones de los entrevistados.

El instrumento que utilizaremos será el guion de la entrevista, En el contexto de la investigación, un guion de entrevista es una herramienta planificada y organizada que se utiliza para recopilar información de manera sistemática a través de entrevistas con participantes específicos. Este instrumento se compone de una serie de preguntas y temas diseñados para guiar al entrevistador y al entrevistado durante la conversación, asegurando que se obtenga la información necesaria de manera coherente y relevante para los objetivos de la investigación.

## **2. Campo de verificación**

### **2.1. Ubicación espacial**

La presente investigación se realizará en la Universidad Católica de Santa María de Arequipa.

### **2.2. Ubicación temporal**

Las técnicas e instrumentos se aplicarán en el mes de noviembre del 2023.

### 2.3. Unidades de estudio

Las unidades de estudio serán estudiantes de la escuela de derecho del x semestre de la Universidad Católica de Santa María.

### 3. Estrategia de recolección de datos

El Maestrando recolectará datos de la investigación actual de la siguiente manera:

La Maestrando investigará la literatura y se familiarizará con su biblioteca personal, así como con las bibliotecas de las universidades de la ciudad de Arequipa (Universidad Católica de Santa María y Universidad Nacional de San Agustín), adquiriendo libros virtualmente a través de las páginas web de las bibliotecas digitales de universidades nacionales y extranjeras, utilizando las fichas bibliográficas y documentales.

En esta etapa, los recursos materiales a utilizar son la computadora personal del Maestrando, la impresora y el uso de teléfonos móviles y tabletas para recopilar datos.

### 4. CUADRO DE RECURSOS HUMANOS

INTEGRANTE	ACTIVIDAD
1	La recolección y selección de datos serán realizadas por el Maestrando.

### 5. CUADRO DE RECURSOS MATERIALES

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO S/
TINTA	DOS RECARGAS	100
LAPTOP	UNA	0
IMPRESORA	UNA	0
CELULAR	UNO	0
TABLET	UNA	0
ELECTRICIDAD	60 DIAS	120

<b>TOTAL</b>	-	<b>220</b>
--------------	---	------------

## 6. CUADRO DE RECURSOS ECONÓMICOS

RECURSOS	COSTO S/
MATERIALES	220
TASAS Y DERECHOS	2000
EXTRAS	200
<b>TOTAL</b>	<b>2420</b>

## 7. Cronograma de trabajo

ACTIVIDADES	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
	2023	2023	2023	2024	
<b>PROYECTO DE TESIS</b>					
<b>1. RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	<b>X</b>	<b>X</b>			
<b>2. ESTRUCTURACIÓN DE RESULTADOS</b>			<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>3. INFORME FINAL</b>					<b>X</b>

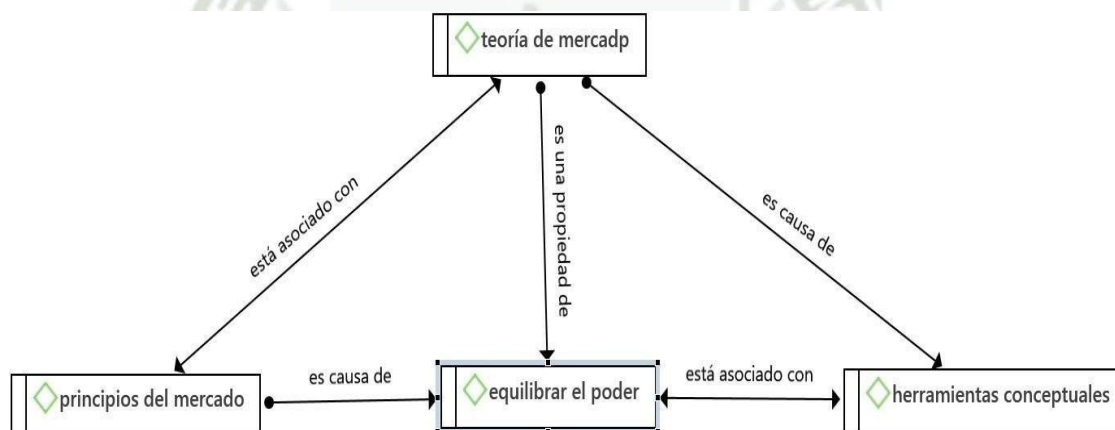


# RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**O.G. Comprender la repercusión de la teoría de mercado y en la comprensión del derecho del consumidor en los estudiantes de la escuela de derecho del x semestre de una universidad privada de Arequipa-2023.**

**Figura 1**

*Teoría de mercado*

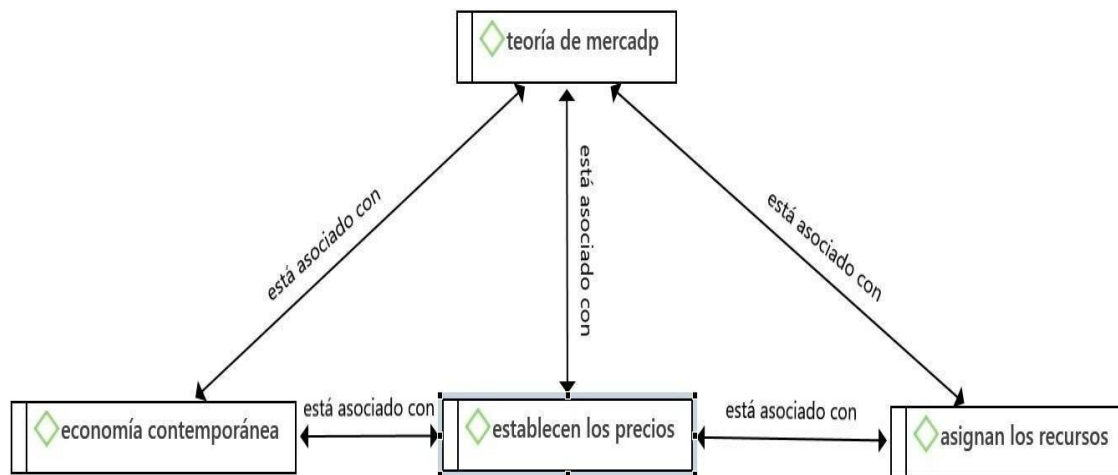


La teoría de mercado ejerce una influencia significativa en la comprensión del derecho del consumidor entre los estudiantes universitarios. Al comprender los principios del mercado, los estudiantes pueden apreciar la dinámica de la oferta y la demanda, así como la competencia empresarial, lo que les permite visualizar cómo las prácticas comerciales impactan en los consumidores. Esta comprensión les otorga una perspectiva más amplia sobre la protección del consumidor. ya que ven cómo las leyes y regulaciones buscan equilibrar el poder entre los vendedores y los compradores. Esta conexión entre la teoría de mercado y el derecho del consumidor les brinda a los estudiantes herramientas conceptuales para abordar y analizar problemas actuales en un

contexto económico y legal, fomentando una perspectiva más informada y reflexiva sobre las interacciones comerciales.

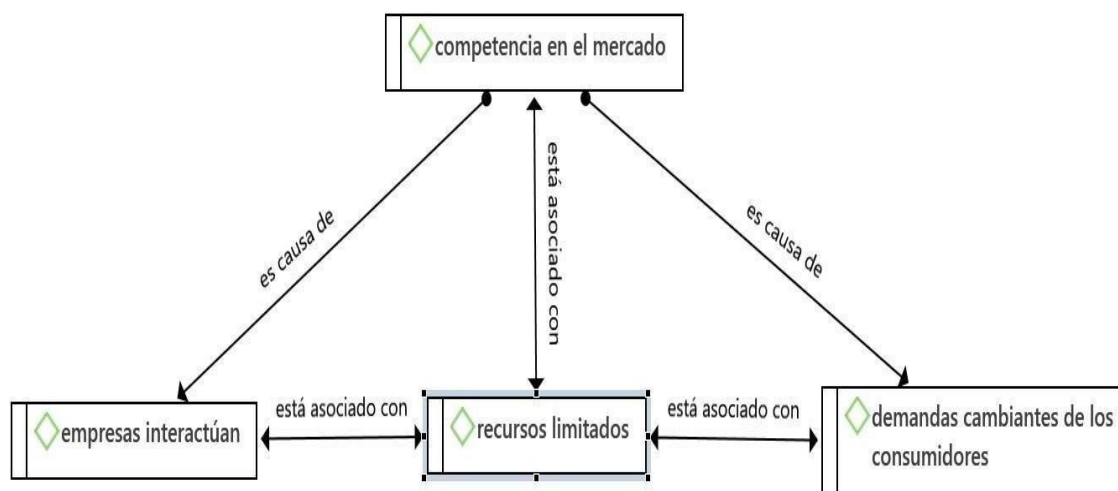
**Figura 2**

*Teoría de mercado*

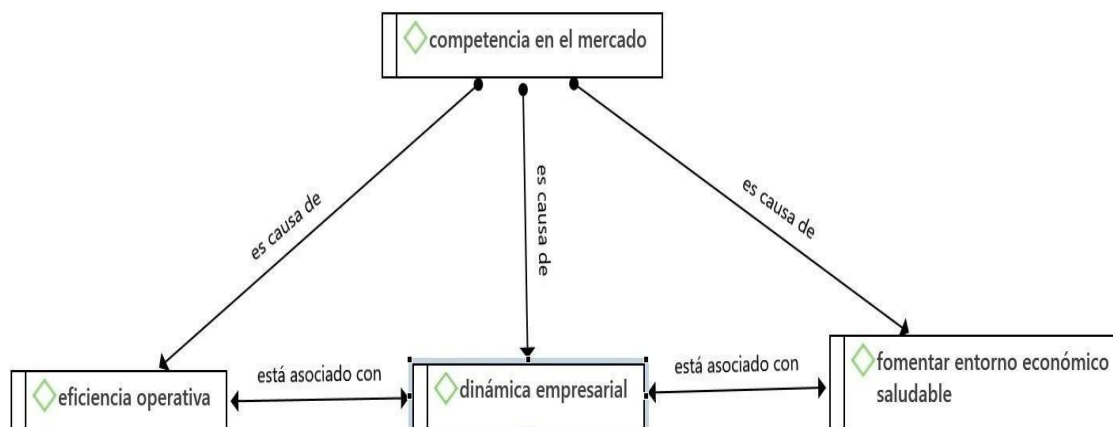


La teoría del mercado ha sido fundamental en la economía contemporánea al explicar cómo se establecen los precios y se asignan los recursos. Sin embargo, su enfoque en la competencia perfecta a menudo simplifica la realidad, ignorando aspectos cruciales. La existencia de monopolios, externalidades y asimetrías de información desafía la noción de competencia perfecta, lo que lleva a distorsiones en la asignación de recursos y a desigualdades significativas. Además, esta teoría tiende a descuidar los aspectos sociales y éticos, centrándose en la eficiencia económica. La crisis financiera de 2008 y otras situaciones han mostrado las limitaciones de las predicciones de la teoría del mercado, evidenciando su incapacidad para anticipar y manejar fenómenos complejos y disruptivos. Su aplicabilidad real se ve cuestionada por la necesidad de considerar regulaciones y políticas que contrarresten sus falencias y promuevan un mercado más equitativo y sostenible.

**O.E.1. Entender la necesidad del conocimiento de la competencia, para poder comprender la importancia de la pluralidad de actores en el mercado.**

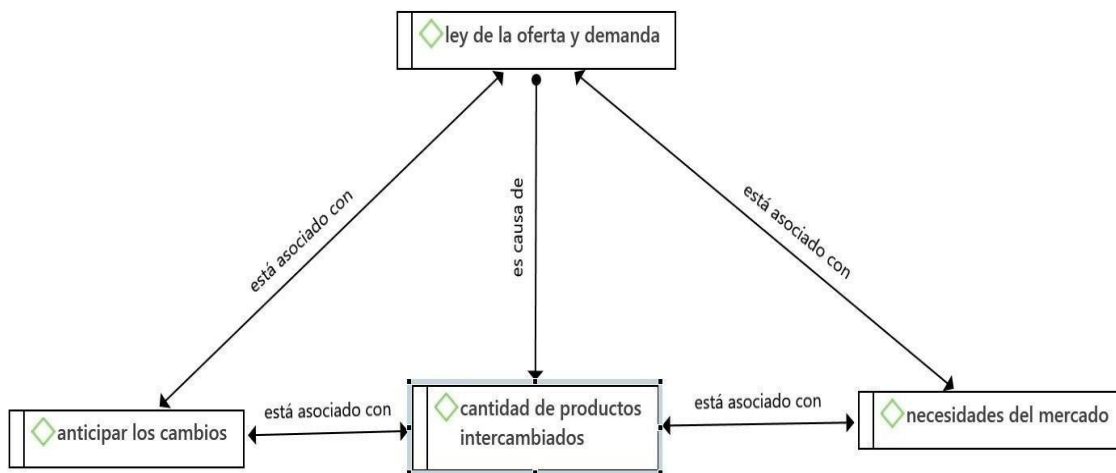
**Figura 3***Competencia en el mercado*

Comprender la competencia en el mercado es crucial para evaluar la dinámica económica y empresarial. La definición y elementos de la competencia proporcionan un marco conceptual para analizar cómo las empresas interactúan, compiten por recursos limitados y responden a las demandas cambiantes de los consumidores. Esta comprensión es esencial para anticipar tendencias, identificar oportunidades y mitigar riesgos en un entorno comercial en constante evolución. La pluralidad de actores en el mercado amplía la diversidad de productos, servicios y enfoques empresariales. Esto no solo fomenta la innovación, sino que también beneficia a los consumidores al ofrecerles opciones variadas y precios competitivos. La presencia de múltiples actores impulsa la eficiencia, ya que las empresas buscan constantemente mejorar para ganar cuota de mercado. Además, esta diversidad crea un entorno dinámico que desalienta prácticas monopolísticas y promueve la rendición de cuentas, ya que las empresas deben adaptarse y destacar para mantener su posición en un escenario competitivo.

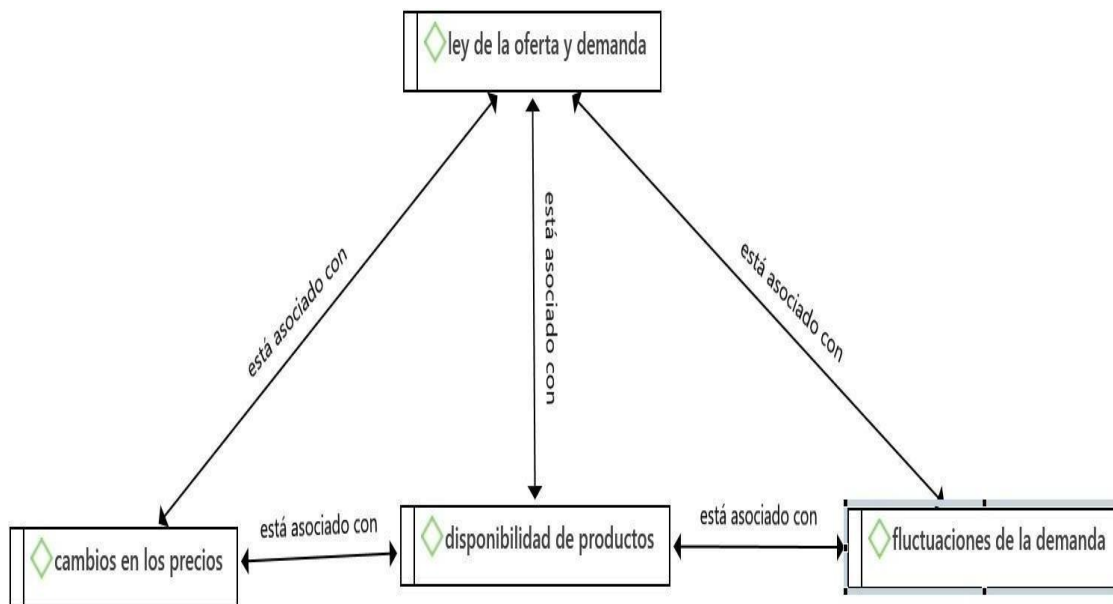
**Figura 4***Competencia en el mercado*

La competencia también estimula la eficiencia operativa, ya que las empresas buscan constantemente formas de optimizar sus procesos para ofrecer productos y servicios de alta calidad a precios competitivos. Este impulso competitivo no solo beneficia a las empresas al mejorar su productividad, sino que también contribuye al crecimiento económico general al incentivar la inversión y la creación de empleo. En resumen, conocer la competencia y reconocer la importancia de la pluralidad de actores en el mercado es esencial para comprender la dinámica empresarial y fomentar un entorno económico saludable y vibrante.

**O.E.2. Saber la necesidad del conocimiento de la ley de oferta y demanda, para poder comprender las relaciones de consumo en el mercado.**

**Figura 5***Ley de oferta y demanda*

La comprensión de la ley de la oferta y la demanda es esencial para desentrañar las complejas relaciones de consumo en el mercado. Esta ley establece que el precio de un bien o servicio se determina por la interacción entre la oferta disponible y la demanda de los consumidores. Conocer estos elementos permite anticipar cómo los cambios en la oferta o la demanda afectarán los precios y la cantidad de productos intercambiados. La oferta refleja la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado a diferentes precios, mientras que la demanda representa la cantidad que los consumidores están dispuestos a adquirir a esos mismos precios. Esta interacción dinámica determina el equilibrio de mercado, donde el precio y la cantidad satisfacen tanto a productores como a consumidores. Comprender la ley de la oferta y la demanda proporciona información valiosa sobre las fuerzas que impulsan las decisiones de producción y consumo, permitiendo a las empresas ajustar estrategias para satisfacer las necesidades del mercado de manera eficiente.

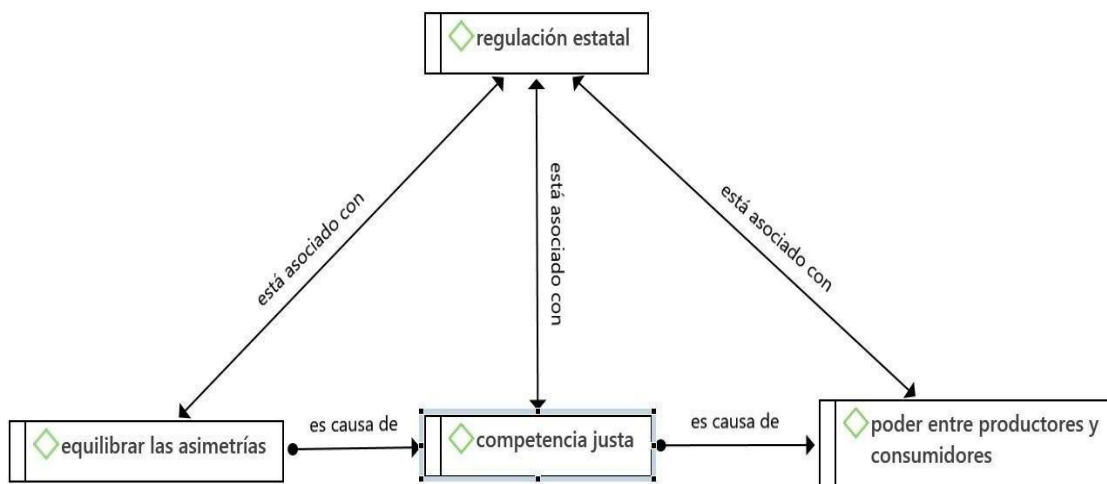
**Figura 6***Ley de oferta y demanda*

Además, esta comprensión permite a los consumidores tomar decisiones informadas, ya que comprenden cómo los cambios en los precios afectan la disponibilidad de productos. Por otro lado, las empresas pueden adaptarse a las fluctuaciones de la demanda ajustando su producción y estrategias de precios. En última instancia, la ley de la oferta y la demanda actúa como un marco fundamental para entender las complejas relaciones de consumo en el mercado, facilitando la toma de decisiones tanto para los productores como para los consumidores en un entorno económico en constante cambio.

**O.E.3. Conocer la necesidad del conocimiento de la regulación estatal, para poder comprender la protección que se otorga al consumidor.**

**Figura 7**

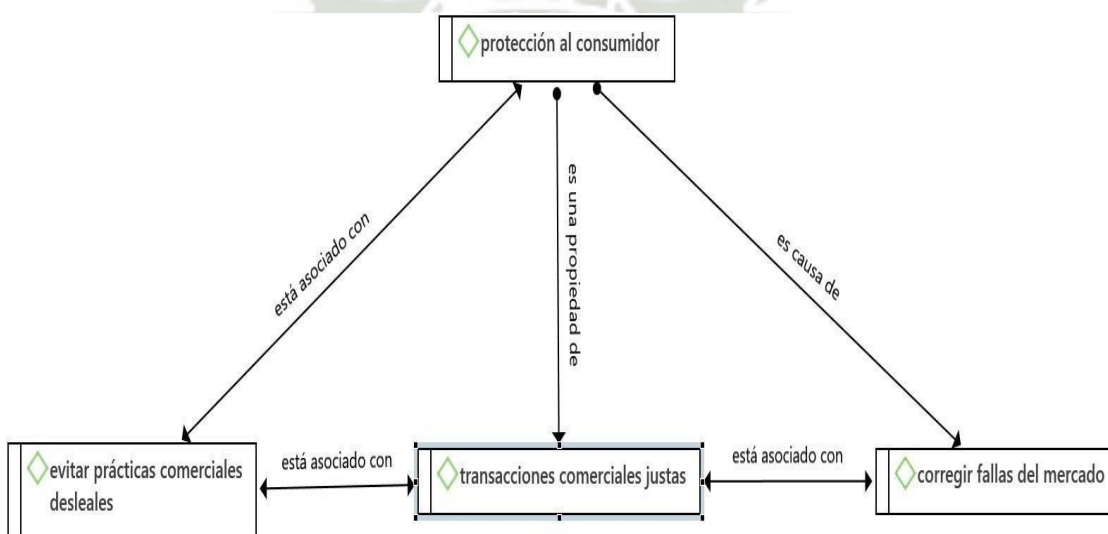
*Regulación estatal*



Entender los fundamentos que respaldan la regulación estatal del mercado es esencial para comprender la necesidad de proteger al consumidor. La intervención gubernamental en el mercado busca equilibrar las asimetrías de información y poder entre productores y consumidores, creando un entorno donde la competencia sea justa y los derechos de los consumidores estén salvaguardados. La regulación busca prevenir abusos por parte de las empresas, promoviendo la transparencia y asegurando que los productos y servicios cumplan con estándares mínimos de calidad y seguridad.

**Figura 8**

*Protección al consumidor*



La protección al consumidor se justifica en la necesidad de garantizar que las transacciones comerciales sean justas y equitativas. Las regulaciones estatales buscan evitar prácticas comerciales desleales, fraudes y engaños que podrían perjudicar a los consumidores. Al establecer normativas y estándares, el Estado procura asegurar que los productos sean seguros, los contratos sean claros y que los consumidores tengan acceso a información veraz para tomar decisiones informadas. Además, la regulación del mercado por parte del Estado busca corregir fallas del mercado, como externalidades negativas y monopolios, que podrían perjudicar a los consumidores al limitar la competencia y elevar los precios. En última instancia, la protección al consumidor mediante la regulación estatal contribuye a la estabilidad económica, fomenta la confianza en el mercado y promueve un equilibrio justo entre los intereses de las empresas y los derechos de los consumidores en un sistema económico que busca ser tanto eficiente como ético.

## DISCUSIÓN

### Perspectiva crítica de la teoría del mercado

Diferentes autores comparten una visión y es la de permitir que el mercado controle todos los elementos de la vida social puede tener efectos desastrosos, aportando un punto de vista crítico se sostiene que, puesto que la sociedad no puede funcionar únicamente sobre la base de la oferta y la demanda, el mercado autorregulado es una abstracción irrealista y peligrosa. Se cuestiona la idea de que todo deba considerarse una mercancía, incluidos el trabajo y la tierra, y afirma que ello erosiona la cohesión social y fomenta la desigualdad y la explotación. Donde existe una advertencia contra la "mercantilización total", incluyendo trastornos sociales y económicos que pueden derivarse de dejar que el mercado se desboque. En otras palabras, debería apoyarse la acción reguladora como medio de proteger a la sociedad de los efectos perjudiciales de una economía puramente orientada al mercado.

De la misma manera existen diferentes obras que proporcionan una visión crítica desde la globalización y las prácticas corporativas junto con la explotación laboral, la falta de regulación medioambiental y el poder sin control de las grandes corporaciones en un mundo cada vez más interconectado. Se sostiene que el énfasis en la maximización de los beneficios ha conducido a prácticas poco éticas, destacando la explotación de los trabajadores y la degradación del medio ambiente como subproductos inevitables de un enfoque poco frenado en la libre empresa. Su crítica va más allá de la idea de que la privatización y la desregulación automáticas proporcionan prosperidad a todos, poniendo de relieve las desigualdades sistémicas y reclamando una reevaluación de las prioridades económicas en busca de una mayor justicia social y ambiental.

Desde la teoría del mercado al mismo tiempo se cuestiona ciertos supuestos neoliberales. Sustenta que el mercado no es una fuerza imparable para la regulación y destaca los límites de la libre competencia. Examina la creencia en la eficiencia del mercado y aboga por una intervención activa del Estado en la economía para corregir desequilibrios y fomentar el desarrollo. Critica las políticas de austeridad, la liberalización indiscriminada y la desregulación, destacando las desigualdades resultantes y los problemas económicos sistémicos. Dentro de esta crítica se propugna un enfoque más pragmático y heterodoxo, planteando la idea de que las políticas

económicas deben ajustarse a las realidades únicas de cada entorno nacional, socavando así la universalidad de las soluciones basadas en el mercado.

### **Perspectiva crítica de ley de oferta y demanda**

Concurren diferentes críticas hacia la ley de oferta y demanda, en donde la visión de un economista es necesaria. Este economista aborda la teoría de la ley de oferta y demanda de manera crítica, abordando las asimetrías de información en la realidad económica. Sostiene que, en muchas situaciones, los participantes en el mercado carecen de acceso a la misma información, lo que sesga las decisiones basadas en la oferta y la demanda. Se reprocha la visión simplista de la competencia perfecta, señalando que el poder de mercado y la manipulación de la información pueden conducir a resultados ineficaces. Además, sugiere que los mercados no siempre se ajustan por sí mismos a las condiciones óptimas y que puede ser necesaria la intervención del gobierno para corregir los desequilibrios y aumentar la eficiencia del mercado. En su evaluación, se enfatizan las complejidades y restricciones de la teoría estándar de oferta y demanda en situaciones del mundo real.

Indica que, en muchos mercados, las empresas poseen un gran poder para influir en los precios, lo que corrobora el concepto de competencia sin restricciones. Se critica además la incapacidad del modelo para manejar situaciones de monopolio o competencia imperfecta, así como la falta de atención prestada a las estructuras de mercado a largo plazo. Su atención se centra en la gran divergencia entre las condiciones idealizadas de la teoría estándar y las condiciones reales, lo que indica la demanda de modelos más realistas que capten la complejidad económica en su totalidad.

Desde el punto de la sociología, se recalca la relevancia de los elementos sociales y culturales en las decisiones económicas. La "economía del vestido" y el "consumo conspicuo" son ejemplos de cómo las consideraciones de estatus y la imitación social afectan a las decisiones de consumo más allá de responder simplemente a los precios y las utilidades, refutando la idea de que el comportamiento económico es únicamente racional y egoísta. Además, el cómo las estructuras sociales y las instituciones moldean las preferencias de los consumidores, socavando la noción de un mercado sin restricciones desprovisto de influencias no económicas. Su crítica subraya la importancia de un planteamiento más global que tenga en cuenta la complejidad de las motivaciones humanas y la dinámica social en las interacciones económicas.

### **Perspectiva crítica sobre la competencia perfecta**

Asimismo, desde un punto de vista crítico sobre la teoría de la competencia perfecta enfocada en el papel crucial de la innovación y el cambio económico. Al señalar que la dinámica empresarial, la creatividad y la destrucción creativa configuran la realidad económica, critica la visión estática de la competencia perfecta. Desafiando el concepto de equilibrio estático, mantiene que el espíritu empresarial y la introducción de nuevas tecnologías por empresas innovadoras son las fuerzas motrices del cambio económico. Su planteamiento muestra la importancia de aceptar la variabilidad y el cambio en la economía, diferenciándose así de la idea convencional de la competencia perfecta como un estado estático y estable.

Al presentar el concepto de competencia monopolística, propondrá una perspectiva crítica sobre la teoría de la competencia perfecta. Es aquí en donde se postula que los productos únicos y el poder de mercado que las empresas poseen como resultado de proporcionar bienes o servicios únicos caracterizan la realidad económica. Señala que las empresas buscan crear productos distintivos para diferenciarse y obtener un margen de poder de mercado, desafiando así la homogeneidad por productos y la transparencia de precios que caracteriza la competencia perfecta, critica la visión tradicional de la competencia perfecta. Su planteamiento subraya la importancia de tener en cuenta la variedad de productos y estrategias empresariales en lugar de ceñirse a un modelo de competencia perfecta que ignora la complejidad de los mercados del mundo real.

Cuando se contesta la idea de equilibrio y la perspectiva neoclásica del monopolio. Defiende que la existencia de monopolios en la realidad económica puede explicarse sin necesidad de intervención gubernamental. La competencia perfecta no refleja adecuadamente la dinámica económica real debido a su énfasis en el equilibrio y la regulación del mercado. Critica la noción de que los mercados siempre tienden al equilibrio y subraya que las fuerzas económicas y políticas pueden sostener monopolios sin necesidad de intervención externa. Su abordaje enfatiza las restricciones de la teoría de la competencia perfecta y se enfoca en una comprensión más práctica que tome en cuenta las dinámicas y complejidades específicas de la economía.

Al indicar que el comportamiento económico no es únicamente racional y egoísta, Se cuestiona la lógica de la competencia perfecta. Donde la teoría de la

competencia perfecta no capta las complejidades y motivaciones sociales que caracterizan la realidad económica, lo que cuestiona la concepción convencional de la competencia basada en la racionalidad individual y la transparencia de los precios. Su planteamiento subraya la importancia de un modelo más holístico que incorpore las diversidades entre las dinámicas sociales y las motivaciones humanas en las interacciones económicas.

### **Perspectiva crítica sobre el monopolio**

Desde una economía neoclásica, consciente de las complejidades y limitaciones de la teoría del monopolio, sale a relucir una perspectiva crítica al respecto. Indicó que, en realidad, muchos mercados no se adaptaban a una competencia ideal. Sabía que la eficiencia técnica y la innovación podían ser las justificaciones esenciales de los monopolios. También se sostiene que, si eran el resultado de la excelencia empresarial, algunos monopolios podían ser beneficiosos para la sociedad. Su punto de vista más matizado implicaba un análisis exhaustivo de cada caso de monopolio, dándose cuenta de que la realidad económica no siempre se ajusta a los modelos teóricos y de que la existencia de monopolios no siempre tiene un impacto negativo en el bienestar social.

Al superar la idea convencional de los monopolios como anormales o represivos, se abre la posibilidad de cuestionar la idea de que la competencia perfecta es la norma y que los monopolios deben ser destruidos. En lugar de considerar los monopolios como agentes más de distorsión del mercado, defiende que algunos pueden surgir como resultado de la innovación tecnológica y la eficiencia, aportando beneficios en lugar de perjuicios. Se destaca que la existencia de monopolios no siempre implica una falta de competencia efectiva y sugiere un examen más crítico de los mercados concentrados. Su enfoque más riguroso busca analizar las circunstancias particulares antes de emitir decisiones sobre la naturaleza y los efectos de los monopolios, desafiando de esta manera la idea convencional de que todos los monopolios son porque no son delictivos, por ejemplo.

### **Perspectiva crítica sobre el equilibrio del mercado**

Centrándose en la inestabilidad financiera intrínseca del sistema. Cuestiona la teoría de las "inestabilidades financieras" y sugiere que los mercados tienden naturalmente al equilibrio. Se defiende que los periodos de estabilidad financiera pueden conducir a un comportamiento más arriesgado y a la acumulación de deuda, lo

que a su vez puede provocar crisis financieras. Sostiene que los ciclos financieros afectan a la economía y que los periodos de estabilidad conducen a un comportamiento excesivo y especulativo que acaba desencadenando una crisis. Señalando la necesidad de tener en cuenta las fluctuaciones y tensiones financieras para una comprensión más completa de la economía, este enfoque crítico hace hincapié en la dinámica inestable del sistema financiero, cuestionando el supuesto tradicional de equilibrio.

Al presentar el concepto de la "inestabilidad inherente" en la economía, se encuentra frecuentemente una perspectiva crítica de la teoría del equilibrio de mercado. Por lo que al cuestionar la creencia convencional de que los mercados gravitan naturalmente hacia el equilibrio mediante ajustes automáticos de la oferta y la demanda. En cambio, sostiene que la economía puede atravesar prolongados periodos de recesión y desuso, y que la autoridad del mercado puede no ser suficiente para restablecer el equilibrio. Se centra en la importancia de la demanda agregada y la intervención del gobierno para corregir los desequilibrios económicos, socavando la noción de que la economía siempre se autocorrije hacia el equilibrio. Propugnando la estabilidad a largo plazo y abusa de políticas activas para manejar las fluctuaciones económicas.

### **Perspectiva crítica ante la asimetría de información**

Se puede señalar un nuevo punto de vista crítico sobre la asimetría de la información, en donde se destaca sus efectos perjudiciales para el mercado. Donde, la asimetría puede causar riesgos morales y problemas de selección adversa, modificando las transacciones y perjudicando la eficiencia del mercado. Sostiene que la información incompleta puede dar lugar a una asignación ineficiente de los recursos y a desigualdades económicas. Además, critica la noción de que los mercados siempre se autorregulan bien en presencia de información incompleta, enfatizando la necesidad de intervención y regulación gubernamental para corregir estas distorsiones. Su enfoque crítico ayuda a una comprensión más amplia sobre la necesidad de medidas correctivas para mejorar el funcionamiento de los mercados y la formación económica que puede afectar de la asimetría de información.

Destacan sus efectos perjudiciales sobre la capacidad de los mercados para funcionar eficazmente. En diferentes obras sobre economía se examina cómo la información incompleta puede llevar a la desaparición de los mercados de calidad porque el comprador no está seguro de la verdadera calidad de los bienes. Esta falta de

información simétrica puede dar lugar a una "espiral negativa" en la que la presencia de bienes de baja calidad expulsa del mercado a los de alta calidad. Su visión crítica señala la manera en que la asimetría puede generar resultados inadecuados, alterando las decisiones y perjudicando la eficacia del mercado. En otras palabras, defiende una comprensión más sofisticada de la dinámica de la información en los mercados y la necesidad de políticas que aborden estas imperfecciones.

### **Perspectiva crítica sobre la elasticidad en el mercado**

Para una visión sobre la elasticidad en el mercado se considera como precedente la aplicación universal de la clásica "ley de la oferta y la demanda" y proporciona una perspectiva crítica de la elasticidad. Confirma que las elasticidades, que miden la sensibilidad de la cantidad demandada u ofrecida en respuesta a cambios en los precios, no siguen patrones predeterminados en la realidad. Replica que la complejidad de las economías actuales, con sus externalidades e interrelaciones, desafía la generalizabilidad del concepto de elasticidades. Critica la visión neoclásica, que supone respuestas proporcionales a la oferta y la demanda, destacando cómo variables como la incertidumbre y la interdependencia complican las relaciones económicas. Señalado por su enfoque crítico, esta teoría económica tradicional limita los conceptos simplificados y la complejidad del mundo real.

### **Perspectiva crítica sobre la autonomía del consumidor**

Partiendo la idea de cuestionar que las decisiones de los consumidores son totalmente autónomas. Sostiene que las presiones sociales y culturales, así como la publicidad y las expectativas de la comunidad, influyen notablemente en las decisiones de compra. Se desafía la idea de que los consumidores se comportan siempre de forma independiente y racional, poniendo de relieve cómo las estructuras sociales más amplias pueden influir en las preferencias y elecciones de las personas. Su abordaje crítico enfatiza la interdependencia de elementos que afectan al comportamiento del consumidor, evidenciándose que las decisiones de consumo no siempre representan una verdadera autonomía individual, sino que están enfocadas en contextos sociales.

### **Perspectiva crítica sobre el derecho del consumidor**

Desde una condición lingüística, filosófica y crítica social el derecho del consumidor al situarlo dentro de un análisis más exhaustivo de las estructuras de poder

de la sociedad. A partir de las leyes que pretenden proteger a los consumidores suelen reflejar intereses corporativos y gubernamentales en lugar de defender realmente los derechos individuales. Critica la desigualdad sistémica y la falta de transparencia que impregnan muchas facetas de la relación entre consumidores y empresas. Además, enfatizando cómo la manipulación de la información y la propaganda afectan a la capacidad de los consumidores para tomar decisiones con conocimiento de causa. Su enfoque crítico evidencia las restricciones del derecho del consumidor en un sistema en el que la protección efectiva de los derechos individuales puede ser superada por intereses corporativos.

A partir de otra perspectiva ética médica y derecho de la salud, ofrece una perspectiva crítica del derecho del consumidor en el ámbito de la atención médica. Examina las tensiones éticas y los conflictos de interés que existen en la relación médico-paciente, señalando las limitaciones del marco legal para proteger los derechos de los consumidores de servicios médicos. Critica cómo los incentivos económicos, la falta de transparencia y la complejidad del sistema de salud pueden comprometer la autonomía y el bienestar de los pacientes. Su enfoque destaca la necesidad de reformas que aborden los desafíos éticos y legales en la atención médica, subrayando la importancia de fortalecer la protección del consumidor en este ámbito específico con el fin de abordar los retos éticos y jurídicos de la atención sanitaria.

### **Perspectiva crítica sobre las relaciones de consumo**

Al afirmar que la simulación y la hiperrealidad son sinónimos en la sociedad contemporánea. Sostiene en "La sociedad de consumo" que las relaciones de consumo han perdido su conexión con la realidad y en su lugar se han convertido en imitaciones de símbolos sin sentido. Examina cómo el consumismo crea una realidad ilusoria en la que poseer bienes sirve como medio para construir la identidad, además de para satisfacer necesidades. Mantiene que esta búsqueda incesante de sentido a través del consumo provoca una pérdida de autenticidad y una espiral de simulación, en la que la obsesión por los bienes como signos distorsiona las relaciones humanas. Su enfoque crítico apunta al profundo arraigo de las relaciones de consumo contemporáneas en una realidad simulada, cuestionando la idea tradicional de que el consumo refleja simplemente necesidades materiales reales.

Reconocer la contribución que hacen en la sociedad moderna a la alienación y la búsqueda de identidad. La adquisición de bienes como medio de autorrealización en las relaciones de consumo puede conducir a una sensación de vacío y descontento. Examina cómo la búsqueda de identidad a través del consumo puede interpretarse como una forma de expresar conformidad social en lugar de verdadera autenticidad. Sugiere que los consumidores pueden experimentar una "libertad de" elección limitada debido a las presiones sociales en lugar de encontrar libertad individual. Centra su enfoque crítico en cómo las relaciones de consumo pueden afectar a la percepción de la libertad y la autenticidad, dando lugar a una alienación que restringe la posibilidad de desarrollar una individualidad plena.

### **Perspectiva crítica sobre el Estado como rol subsidiario**

Al analizar la posibilidad de emplear esta idea para fomentar agendas corporativas y desregular la economía. Desde esta visión se critica el uso selectivo de la subsidiariedad, argumentando que a menudo se utiliza como tapadera para debilitar la intervención estatal en áreas vitales y permitir que las grandes corporaciones operen sin limitaciones. Sostiene que la desregulación fomentada por la subsidiariedad puede dar lugar a desigualdades y a una pérdida de control democrático sobre importantes decisiones económicas. Propugnando una revisión crítica de la subsidiariedad, teniendo en cuenta sus implicaciones para la equidad social y la defensa de los derechos de los ciudadanos frente a los poderosos intereses corporativos. En el ámbito estatal, su enfoque enfatiza los riesgos relacionados con la aplicación acrítica de la subsidiariedad.

Al argumentar que, al fortalecer a las comunidades locales, el argumento es que esta noción podría aplicarse en la práctica para reforzar el poder de los grandes intereses corporativos en lugar de para fortalecer a las comunidades individuales. Se aborda el tema de la manipulación de la subsidiariedad en áreas críticas para defender la desregulación y la disminución de la intervención estatal. Declara que, en vez de impulsar a las comunidades, la aplicación seleccionar de la subsidiariedad comúnmente mantener inequidad y beneficia las élites económicas. Defendiendo el análisis crítico de cómo se aplica la subsidiariedad en la práctica, haciendo hincapié en la necesidad de mantener la capacidad del Estado para regular y defender a los ciudadanos frente a los intereses corporativos. Su atención se centra en los riesgos asociados a la instrumentalización de la subsidiariedad en el marco del poder estatal.

### **Perspectiva crítica hacia los modelos económicos**

Reprocha modelos económicos, impugnando las normativas neoliberales y defendiendo que el desarrollo económico requiere políticas industriales y una mayor intervención estatal. Por lo que, los modelos que apoyan la liberalización y la desregulación a menudo no tienen en cuenta las realidades de las economías en desarrollo y pueden empeorar las desigualdades mundiales. Haciendo un hincapié en la necesidad de ajustar las políticas económicas a las circunstancias únicas de cada país, abogando por un enfoque más pragmático y heterodoxo. La pertinencia de una perspectiva más integradora y contextualizada en la formulación de políticas económicas se refleja en su crítica, que subraya la necesidad de considerar la diversidad de contextos económicos y de revisar los modelos tradicionales que se han aplicado universalmente.

Aportando un punto de vista crítico sobre los modelos económicos centrándose en las disparidades sistémicas. En cómo la concentración de riqueza puede ser una consecuencia inadvertida de los modelos económicos imperantes. Históricamente, la tasa de rendimiento del capital ha superado la tasa de crecimiento económico, agravando la desigualdad. Pone en duda la idea de que el crecimiento económico baste por sí solo para cerrar la brecha de ingresos y aboga por políticas fiscales progresivas, como un impuesto mundial sobre la riqueza, para evitar la acumulación desigual. Su abordaje crítico enfatiza la relevancia de abordar la distribución de la riqueza además del crecimiento económico en el objetivo de crear sociedades más equitativas.

### **Perspectiva crítica sobre la economía social de mercado**

Empezando considerando la sostenibilidad de este modelo social a largo plazo, así como los conflictos inherentes entre democracia y capitalismo. Desde analizar en cómo las instituciones que, en el pasado, sostenían la economía social de mercado están sometidas a las fuerzas del neoliberalismo, sostiene que la amenaza a la estabilidad social lograda durante el crecimiento de la economía de mercado proviene de las crecientes disparidades y de la erosión de los derechos laborales, también analiza cómo las presiones del capitalismo globalizado afectan a las democracias nacionales, planteando interrogantes sobre la viabilidad a largo plazo de las economías sociales de mercado en entornos cambiantes. Este análisis crítico pone de relieve las incoherencias y los retos a los que se enfrenta hoy este modelo económico.

Señalando las perturbaciones sociales y medioambientales asociadas a la idea de mercados autónomos autorregulados. Como una nueva visión la economía social de mercado puede generar tensiones insostenibles debido a su fundamento en el concepto de la economía como algo separado de la sociedad, en otras palabras, las fuerzas del mercado sin control tienen el potencial de destruir las instituciones sociales y culturales, dando lugar a crisis y conflictos. la comercialización total puede mejorar la cohesión social y la estabilidad. Teniendo en cuenta las dimensiones social y medioambiental de la formulación de políticas económicas, su perspectiva crítica destaca la pertinencia de reconocer la interconexión entre la economía y la sociedad.

### **Perspectiva crítica sobre una economía reguladora**

Proporcionando una nueva perspectiva donde se sostiene que las intervenciones estatales en la economía pueden tener efectos desfavorables y ofrece una perspectiva crítica de la economía reguladora. En "La acción humana", cuando la planificación centralizada y la regulación gubernamental distorsionan la información económica crucial que proporcionan los precios de mercado. afirma que restringir la libertad individual y la propiedad privada compromete la eficiencia económica y el bienestar general. aboga por una filosofía de laissez-faire en la que el libre mercado y la competencia sirven como los mecanismos más eficaces para coordinar la actividad económica. Su esquema crítico sobre el mercado hace hincapié en la relevancia de permitir a los individuos tomar decisiones libres, ya que la regulación estatal puede causar ineficiencias y perjudicar la prosperidad económica.

### **Perspectiva crítica sobre el rol del Estado en la protección de derechos del consumidor**

Desde un punto de vista activista, sobre todo en relación con el poder de las grandes corporaciones. Las agencias gubernamentales encargadas de la regulación sucumben con frecuencia a la influencia indebida de los intereses corporativos, comprometiendo su capacidad para proteger eficazmente los derechos de los consumidores. En diferentes evaluaciones se evidencian cómo las actividades de lobby y las vinculaciones entre compañías y gobiernos políticos pueden comprometer la implementación y el establecimiento de normas que favorezcan a los clientes. Además, aboga por una mayor transparencia en los gobiernos y medidas más estrictas para evitar los conflictos de intereses.

Análisis crítico del papel del Estado en la salvaguarda de los derechos de los consumidores. Su atención se centra en el examen de las leyes y reglamentos relacionados con los consumidores, y ha identificado una serie de ámbitos que deben abordarse. Critica la complejidad y falta de accesibilidad de varias normativas, lo que podría dificultar que los consumidores comprendan plenamente sus derechos y recurran a ellas en caso de infracción. Es necesaria una aplicación más eficaz de las leyes de protección de los consumidores, lo que hace temer que la capacidad del Estado para garantizar su cumplimiento pueda no ser suficiente a la luz de las circunstancias cambiantes de la economía global y digital, que plantean nuevos retos a la protección de los consumidores y ponen en tela de juicio la capacidad de la normativa vigente para abordar adecuadamente estos problemas emergentes, por lo que se debería simplificar y hacer más accesibles las leyes de protección del consumidor, así como mejorar la capacidad del Estado para garantizar la aplicación efectiva de estas regulaciones en un entorno cambiante y complejo.

## CONCLUSIONES

**Primera:** La incorporación de la teoría de mercado en la enseñanza del derecho del consumidor tiene repercusiones significativas en la comprensión de los estudiantes de la escuela de derecho. Al integrar conceptos económicos y principios de mercado en la formación legal, los estudiantes adquieren una perspectiva más completa y contextualizada sobre las dinámicas que influyen en las relaciones de consumo. Esto les permite analizar críticamente cómo las fuerzas del mercado impactan en la protección del consumidor y en la regulación jurídica. Además, la comprensión de la teoría de mercado proporciona a los estudiantes las herramientas necesarias para evaluar de manera más precisa las implicaciones legales de las prácticas comerciales, promoviendo así una visión más pragmática y adaptable del derecho del consumidor. Sin embargo, es crucial fomentar un equilibrio entre los aspectos económicos y los derechos fundamentales del consumidor, garantizando que los futuros profesionales del derecho puedan abordar los desafíos contemporáneos en este campo de manera ética y equitativa. En última instancia, la integración de la teoría de mercado en la enseñanza del derecho del consumidor enriquece la formación de los estudiantes al ofrecerles una perspectiva interdisciplinaria que refleja la complejidad de las interacciones legales en el entorno económico actual.

**Segunda:** La necesidad del conocimiento de la competencia es fundamental para comprender la importancia de la pluralidad de actores en el mercado. En un entorno económico dinámico y competitivo, la comprensión profunda de la diversidad de participantes en el mercado es esencial para anticipar y responder eficazmente a las complejidades que surgen. Entender la competencia no solo implica conocer a los competidores directos, sino también comprender la amplitud de agentes económicos, desde pequeñas empresas hasta corporaciones multinacionales. Este conocimiento proporciona una visión completa de las interacciones comerciales, las estrategias empresariales y las dinámicas de oferta y demanda. La pluralidad de actores no solo promueve la diversidad de productos y servicios, sino que también contribuye a la innovación y mejora la eficiencia del mercado. Además, el conocimiento detallado de la

competencia permite a las empresas adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor y en las condiciones del mercado, promoviendo así un entorno empresarial más resiliente y sostenible. En última instancia, la comprensión de la competencia y la valoración de la pluralidad de actores son elementos cruciales para la toma de decisiones informadas en el ámbito empresarial, así como para el diseño de políticas económicas que fomenten la competencia leal y el desarrollo económico equitativo.

**Tercera:** La comprensión profunda de la ley de oferta y demanda se revela como una herramienta indispensable para los estudiantes de derecho, ya que proporciona los cimientos esenciales para analizar y abordar las complejidades de las relaciones de consumo en el mercado. Al familiarizarse con estos principios económicos, los alumnos de derecho adquieren una perspectiva crucial sobre cómo las fuerzas del mercado influyen en las transacciones comerciales y en la formación de políticas regulatorias. La ley de oferta y demanda no solo es un componente esencial en la resolución de disputas comerciales, sino que también sirve como guía para entender las fluctuaciones de precios, la disponibilidad de bienes y servicios, y las dinámicas de competencia. La integración de este conocimiento económico en la formación legal no solo enriquece la perspectiva académica de los estudiantes, sino que también los capacita para abordar de manera más efectiva los desafíos prácticos y éticos relacionados con el consumo en un mundo globalizado. Así, el conocimiento sólido de la ley de oferta y demanda se erige como un pilar esencial para que los futuros profesionales del derecho puedan interpretar y participar de manera informada en las complejas interacciones del mercado y, en última instancia, contribuir a un desarrollo legal y económico más equitativo y eficiente.

**Cuarta:** La necesidad del conocimiento profundo de la regulación estatal se revela como imperativa para que los estudiantes de derecho comprendan la protección otorgada al consumidor. La regulación estatal en materia de consumo constituye el marco jurídico que define y garantiza los derechos y responsabilidades tanto de los consumidores como de las empresas. Al familiarizarse con estas normativas, los estudiantes adquieren la capacidad crítica de evaluar la equidad y eficacia de las leyes destinadas a salvaguardar a los consumidores frente a prácticas comerciales desleales o productos defectuosos. El entendimiento de la regulación estatal proporciona a los futuros profesionales del derecho las herramientas necesarias para asesorar a clientes, abogar por la justicia en casos de litigios relacionados con el consumo y contribuir al desarrollo y mejora de políticas públicas. Además, la regulación estatal actúa como un

contrapeso crucial en la dinámica del mercado, equilibrando el poder entre consumidores y empresas. Los estudiantes que poseen un conocimiento sólido en esta área están mejor equipados para abordar los desafíos emergentes en la protección al consumidor, como el comercio electrónico y la globalización. En última instancia, la comprensión de la regulación estatal no solo es esencial para una práctica legal efectiva, sino que también sienta las bases para el fortalecimiento de una sociedad que valora y protege los derechos de los consumidores en el complejo entramado del mercado contemporáneo.



## RECOMENDACIONES

**Primera:** Para mejorar la repercusión de la teoría de mercado en la comprensión del derecho del consumidor entre los estudiantes de la escuela de derecho, es esencial implementar estrategias educativas que fomenten la integración práctica de estos conceptos. Se podría promover la inclusión de casos de estudio y ejemplos concretos que ilustren cómo las fuerzas del mercado impactan directamente en situaciones jurídicas específicas relacionadas con el consumo. Además, la colaboración entre departamentos de derecho y economía podría enriquecer el currículo, permitiendo a los estudiantes explorar de manera más profunda la intersección entre estas disciplinas. La organización de seminarios, conferencias y talleres con profesionales que hayan enfrentado desafíos legales vinculados a la dinámica del mercado también podría proporcionar una perspectiva práctica valiosa. Además, se podrían incorporar prácticas externas que permitan a los estudiantes aplicar los principios de la teoría de mercado en situaciones del mundo real, mejorando así su comprensión y habilidades prácticas en el ámbito del derecho del consumidor. Al centrarse en una pedagogía activa y experiencial, la enseñanza puede lograr que los estudiantes aprecien no solo la teoría de mercado, sino también cómo esta influye de manera concreta en la protección y regulación de los consumidores, preparándolos de manera más efectiva para los desafíos del mundo jurídico y económico actual.

**Segunda:** Para potenciar el conocimiento de la competencia en estudiantes de derecho y fortalecer su comprensión de la importancia de la pluralidad de actores en el mercado, se sugiere una combinación de enfoques teóricos y prácticos en el currículo académico. Introducir cursos especializados que aborden las leyes y regulaciones relacionadas con la competencia, así como casos emblemáticos que ilustren situaciones reales en las que los actores del mercado han interactuado, proporcionará a los estudiantes una base sólida. Además, la integración de estudios de casos multidisciplinares que involucren no solo aspectos legales, sino también económicos y éticos, ayudará a los estudiantes a

apreciar la complejidad de las relaciones comerciales y la necesidad de considerar diversos factores. Se pueden organizar seminarios con expertos en derecho de la competencia y economía para ofrecer a los estudiantes perspectivas prácticas y actualizadas sobre los desafíos contemporáneos en el mundo empresarial. Facilitar experiencias prácticas, como pasantías en firmas legales especializadas o agencias reguladoras, permitirá a los estudiantes aplicar sus conocimientos teóricos en entornos reales. Además, fomentar la participación en competencias jurídicas que aborden casos relacionados con la competencia ofrecerá oportunidades para el desarrollo de habilidades analíticas y argumentativas.

**Tercera:** Para mejorar el conocimiento de la ley de oferta y demanda entre los alumnos de derecho y potenciar su comprensión de las relaciones de consumo en el mercado, se recomienda una combinación de enfoques teóricos y prácticos en el proceso educativo. Se deberían diseñar cursos específicos que integren los principios económicos fundamentales con casos prácticos centrados en asuntos legales relacionados con la oferta y demanda. La incorporación de estudios de casos que aborden situaciones reales, desde disputas comerciales hasta cuestiones regulatorias, permitirá a los estudiantes aplicar teorías económicas a escenarios jurídicos concretos. La colaboración entre departamentos de derecho y economía puede enriquecer la experiencia educativa, proporcionando a los estudiantes una visión interdisciplinaria que refleje la complejidad del mundo real. Asimismo, organizar conferencias y seminarios con expertos en derecho y economía permitirá a los alumnos obtener perspectivas prácticas y actualizadas sobre la intersección entre ambos campos. Se pueden facilitar actividades prácticas, como simulaciones de negociaciones comerciales, para que los estudiantes apliquen directamente los conceptos de oferta y demanda en contextos legales.

**Cuarta:** Para fortalecer el conocimiento de la regulación estatal y mejorar la comprensión de la protección que se otorga al consumidor entre los estudiantes de derecho, se sugiere un enfoque integral y práctico en el proceso de enseñanza. Es fundamental desarrollar cursos especializados que aborden de manera exhaustiva las leyes y normativas específicas relacionadas con la protección al consumidor, combinando teoría y aplicación práctica. La inclusión de estudios de casos reales, análisis de decisiones judiciales y simulaciones legales específicas proporcionará a los estudiantes una visión práctica de la manera en que la regulación estatal opera en situaciones concretas. Además, se pueden organizar seminarios y conferencias con

profesionales destacados en el campo de la protección al consumidor y expertos en derecho regulatorio para brindar a los estudiantes perspectivas actuales y prácticas sobre la implementación y evolución de estas normativas. La participación en pasantías o programas de práctica legal enfocados en casos de protección al consumidor permitirá a los estudiantes aplicar sus conocimientos en entornos del mundo real.

Fomentar la colaboración interdisciplinaria con otros departamentos académicos, como ciencias políticas y economía, puede enriquecer la comprensión de la regulación estatal desde diversas perspectivas. Además, la promoción de la participación en competiciones académicas relacionadas con la protección al consumidor ofrecerá oportunidades valiosas para que los estudiantes apliquen sus habilidades en un contexto competitivo y fortalezcan su dominio de la regulación estatal. Al adoptar estas estrategias, se busca preparar a los estudiantes para abordar de manera integral los desafíos legales relacionados con la protección al consumidor y forjar una base sólida para su práctica profesional futura.

**REFERENCIA:**

- Akhtyrska, M., Oleksandr, I. y Kotiuk, M. (2022). Correlación del Derecho a Poseer y Portar Armas con la Garantía del Derecho a la Vida y su Protección . *Revista Cuestiones Políticas*, 40(72), 264-278.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/correlacion-derecho-poseer-portar-900146046](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/correlacion-derecho-poseer-portar-900146046)
- Anguita, P., & Labrador, M. (2019). Pluralismo y libre competencia en el mercado de la televisión y radiodifusión: el caso chileno. *Revista de comunicación*, 18(1), 11-32. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1684-09332019000100002](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332019000100002)
- Arancibia, J. (2021). La legitimación activa en procesos correctivos y sancionatorios de libre competencia. *Revista de Derecho*, 56, 53-81.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/libre+competencia/vid/legitimacion-activa-procesos-correctivos-878497769](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/libre+competencia/vid/legitimacion-activa-procesos-correctivos-878497769)
- Arango, M. Arevalo, G. (2022). Derechos Humanos. La declaración de interés público de medicamentos en Colombia como mecanismo de protección del derecho a la salud desde el Derecho Internacional de los Derechos Humanos. *UNA. Revista de derecho*, 1 (7), 69-101.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/salud+y+patentes/vid/derechos-humanos-declaracion-interes-910223462](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/salud+y+patentes/vid/derechos-humanos-declaracion-interes-910223462)
- Cairampoma, A. (2021). La aplicación del principio de subsidiariedad en la actividad económica del estado en el ordenamiento jurídico peruano. *Advocatus*, 41, 29-46.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:)

[2019-05-01.+content\\_type:4/economia+social+de+mercado/p3/vid/aplicacion-principio-subsidiariedad-actividad-879290095](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/economia+social+de+mercado/p3/vid/aplicacion-principio-subsidiariedad-actividad-879290095)

Contreras, S. (2020). Sobre la protección contra abusos entre empresarios. Las cláusulas abusivas y el abuso de posición de dependencia económica. *Revista Con-texto*, 53, 127-151.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/proteccion-abusos-empresarios-clausulas-861367991)

[01.+content\\_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/proteccion-abusos-empresarios-clausulas-861367991](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/proteccion-abusos-empresarios-clausulas-861367991)

Costas, A. (2020). Un nuevo contrato social postpandémico. El papel de la Economía social. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (100), 11-29. <https://revistas.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/18715>

Couto, R. (2021). *El uso de algoritmos de personalización de precios por las plataformas digitales y su eventual consideración como conducta abusiva de una posición de dominio contraria a la libre competencia*. En Luis, M. y Javier, P. (Eds). *Desafíos del regulador mercantil en materia de contratación y competencia empresarial*. Marcial Pons, 443-458.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/uso-algoritmos-personalizacion-precios-910616108)

[01.+content\\_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/uso-algoritmos-personalizacion-precios-910616108](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/uso-algoritmos-personalizacion-precios-910616108)

Cruces, A. (2021). *Economía social de mercado y principio de subsidiariedad en la constitución peruana*. Palestra Editores.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/economia+social+de+mercado/vid/interpretacion-constitucional-principio-subsidiariedad-906776223)

[2019-05-01.+content\\_type:4/economia+social+de+mercado/vid/interpretacion-constitucional-principio-subsidiariedad-906776223](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/economia+social+de+mercado/vid/interpretacion-constitucional-principio-subsidiariedad-906776223)

De Bartolome, J. (2020). *Evolución en la regulación de los límites del derecho a la vida en relación con otros bienes, valores, principios y derechos constitucionales*. Dykinson.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/evolucion-regulacion-limites-derecho-854292750)

[2019-05-01.+content\\_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/evolucion-regulacion-limites-derecho-854292750](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/evolucion-regulacion-limites-derecho-854292750)

- Duque, P., Meza, O., Giraldo, D., & Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *Revesco: revista de estudios cooperativos*, (138), 187-212.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7966526>
- Eguiluz, U. & de Mendiguren, J. (2019). La economía social y solidaria como vía para el buen vivir. *Revista iberoamericana de estudios de desarrollo= Iberoamerican journal of development studies*, 8(1), 106-136.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6933776>
- Esteve, J. (2021). La protección de la salud, la vida y la integridad física en tiempos de pandemia en la doctrina constitucional. *Actualidad jurídica iberoamericana*, 14, 1026-1039.  
<https://portalcientifico.uned.es/documentos/61d68a68b32d1a43ae9f2d7b>
- Fernández, P. (2021). El derecho fundamental a la vida. *Cuadernos de Bioética*, 104, 91-99.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/derecho+a+la+vida/p2/vid/derecho-fundamental-vida-864999125](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/derecho+a+la+vida/p2/vid/derecho-fundamental-vida-864999125)
- Fontestad, L. (2021). La reclamación extrajudicial de daños por conductas contrarias a la libre competencia: ventajas e inconvenientes de la mediación. *Revista de Estudios Jurídicos y Criminológicos*, 3, 141-170.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/libre+competencia/vid/reclamacion-extrajudicial-danos-conductas-876660418](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/libre+competencia/vid/reclamacion-extrajudicial-danos-conductas-876660418)
- Gaitan, T., Zapata, M., Blanco, I., Jaramillo, G. y Ospina, D. (2020). El contrato de franquicia en Colombia y su tensión con la libre competencia. *Universitas Estudiantes*, 22, 81-111.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/libre+competencia/vid/contrato-franquicia-colombia-tension-865882110](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/libre+competencia/vid/contrato-franquicia-colombia-tension-865882110)
- Gómez, H. (2020). Diálogo sobre las libertades y el estado Subsidiario. *Revista Facultad de Jurisprudencia*, 7, 131-156.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/%22economia+social+de+mercado%22/vid/dialogo-libertades-subsidiario-866712632](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/%22economia+social+de+mercado%22/vid/dialogo-libertades-subsidiario-866712632)

Gonzales, J. y Yabar, S. (2020). Cuando el remedio resulta peor que la enfermedad: riesgos el control administrativo de precios. *Themis. Revista de derecho*, 78, 43-57.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/%22Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio%22/p5/vid/remedio-resulta-peor-enfermedad-876335866](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/%22Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio%22/p5/vid/remedio-resulta-peor-enfermedad-876335866)

Gutiérrez, A. y Pérez, A. (2023). Novedades en materia de abuso de posición de dominio en el sector farmacéutico: Merck y Leadiant. *Actualidad Jurídica (Uría Menéndez)*, 61, 93-100.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/novedades-materia-abuso-posicion-930616826](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/vid/novedades-materia-abuso-posicion-930616826)

Henríquez, J. (2020). La importancia de la libre competencia. *Serie Informe Legislativo*, 59, 10-12.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/libre+competencia/p4/vid/importancia-libre-competencia-850583290](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/libre+competencia/p4/vid/importancia-libre-competencia-850583290)

Herrera, J., Pérez, A. y Henao, C. (2023). La libre competencia y la agenda económica del actual gobierno colombiano. *Revista de Economía Institucional*, 48, 177-191.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/libre+competencia/vid/libre-competencia-agenda-economica-921088063](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/libre+competencia/vid/libre-competencia-agenda-economica-921088063)

Huamán, R. y Antayhua, O. (2021). Análisis de las condiciones de competencia en el mercado de producción del oxígeno medicinal peruano en el contexto de la emergencia sanitaria y políticas públicas pendientes. *Themis. Revista de derecho*, 80, 31-48.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/%22Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio%22/p4/vid/analisis-condiciones-competencia-mercado-911768597](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio%22/p4/vid/analisis-condiciones-competencia-mercado-911768597)

Huapaya, R. y Sanchez, L. (2019). La responsabilidad patrimonial derivada de la inactividad de la administración pública en el ordenamiento peruano: notas para el estudio de su régimen jurídico. *Revista Eurolatinoamericana en Derecho Administrativo*, 2(6), 283-320.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/%22integridad+y+salud%22/vid/responsabilidad-patrimonial-derivada-inactividad-878707223](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22integridad+y+salud%22/vid/responsabilidad-patrimonial-derivada-inactividad-878707223)

Labbé, M. (2020). Big Data: Nuevos desafíos en materia de libre competencia. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 9(1), 33-62.

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-25842020000100033&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-25842020000100033&script=sci_arttext)

Leyva, L. (2022). *El sistema económico Neoliberal Peruano y su influencia en la producción del Crimen*. Palestra Editores.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/%22economia+social+de+mercado%22/vid/regimen-economico-peruano-economia-857124068](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22economia+social+de+mercado%22/vid/regimen-economico-peruano-economia-857124068)

Limonta, R. (2021). La fiscalidad participativa y la economía social y solidaria. *Revista de Derecho Fiscal*, 19, 89-108.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/economia+social+de+mercado/p3/vid/fiscalidad-participativa-economia-social-869956903](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/economia+social+de+mercado/p3/vid/fiscalidad-participativa-economia-social-869956903)

Marmolejo, C. (2022). Algunas sentencias de la Corte Suprema que abordan conceptualmente el Derecho de la Libre Competencia. *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, 13(2), 159-181.

[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/libre+competencia/p2/vid/sentencias-corte-suprema-abordan-923153930](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/libre+competencia/p2/vid/sentencias-corte-suprema-abordan-923153930)

- Martin, M. (2020). El margen de apreciación en el derecho humano a la vida: Restricción de derechos y respuesta del Tribunal de Estrasburgo. *Revista de Estudios Constitucionales*, 2, 3-50.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/margen-apreciacion-derecho-861619756](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/margen-apreciacion-derecho-861619756)
- Martínez, J., Poyanco, R. (2022). El derecho a la vida en la jurisprudencia de la Corte Suprema sobre medicamentos de alto costo. *Revista de Estudios Constitucionales*, 2, 3-40.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-jurisprudencia-corte-925082763](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-jurisprudencia-corte-925082763)
- Miranda, A. (2021). Libre competencia. *Industria Legal*, 5, 44-45.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/p2/vid/libre-competencia-877441036](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/Abuso+de+posici%C3%B3n+de+dominio/p2/vid/libre-competencia-877441036)
- Neves, D. (2023). La protección de los derechos afectados por los delitos contra la libre competencia a través del prisma de los derechos humanos. *Ratio Juris*, 36.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/LIBRE+COMPETENCIA/p2/vid/proteccion-derechos-afectados-delitos-942798249](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/LIBRE+COMPETENCIA/p2/vid/proteccion-derechos-afectados-delitos-942798249)
- Oliveira, C., Sandoval, F. y Weil, H. (2020). Ecología humana y cambio civilizatorio: reflexiones sobre el derecho a vida. *Veredas do Direito. Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável*, 17(39), 99-121.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/derecho+a+la+vida/p2/vid/ecologia-humana-cambio-civilizatorio-853638596](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/derecho+a+la+vida/p2/vid/ecologia-humana-cambio-civilizatorio-853638596)
- Orozco, G. (2020). Concepto de daño moral. *Revista de Derecho*, 28, 3-36.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/integridad+salud/vid/concepto-dano-moral-847981322](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/integridad+salud/vid/concepto-dano-moral-847981322)

- Ortiz, K. (2023). Derecho de competencia y economía digital en Ecuador: reflexiones sobre mercados relevantes y abusos de posición de dominio. *USFQ Law Review*, 1(10), 29-43.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/posici%C3%B3n+de+dominio/vid/derecho-competencia-economia-digital-932208657](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/posici%C3%B3n+de+dominio/vid/derecho-competencia-economia-digital-932208657)
- Paredes, H., Guacheta, J., Segura, M. y Orozco, M. (2019). Derecho a la vida privada: garantía constitucional restringida para los servidores públicos en Colombia. *Principia Iuris*, 33, 130-155.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-privada-garantia-847994650](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-privada-garantia-847994650)
- Quintero, M. (2023). Los derechos de propiedad intelectual y la protección a la libre competencia. Una discusión sin superar: los patent thickets en el mercado farmacéutico. *Revista La Propiedad Inmaterial*, 35, 239-266.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/libre+competencia/vid/derechos-propiedad-intelectual-proteccion-938700933](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/libre+competencia/vid/derechos-propiedad-intelectual-proteccion-938700933)
- Ramon, F. (2020). El derecho a la vida y a la protección de la salud en las medidas adoptadas en España como consecuencia de la covid-19: Una reflexión sobre su oportunidad. *Revista de Estudios Constitucionales*, 2, 51-89.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-proteccion-n-861619757](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/vid/derecho-vida-proteccion-n-861619757)
- Resiso, M. (2019). Economía Social de Mercado versus capitalismo rentista: Reflexiones para América Latina. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 37, 2-20.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01.+content\\_type:4/economia+social+de+mercado/vid/economia-social-mercado-versus-839565074](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01.+content_type:4/economia+social+de+mercado/vid/economia-social-mercado-versus-839565074)
- Rezkalah, E. (2021). ¿Es necesario un nuevo modelo económico? Una respuesta desde la Economía Social de Mercado y el principio de subsidiariedad. *Revista Foro*

*Jurídico*, 19, 253-274.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/economia+social+de+mercado/vid/es-necesario-nuevo-modelo-897855304](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/economia+social+de+mercado/vid/es-necesario-nuevo-modelo-897855304)

Rincón, J. (2020). Libre competencia, acuerdos colusorios. *Boletín Colegio de Abogados Comercialistas*, 1594, 9-10.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/libre+competencia/vid/libre-competencia-acuerdos-colusorios-847012513](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/libre+competencia/vid/libre-competencia-acuerdos-colusorios-847012513)

Robles, A., Gutiérrez, C. y St. Lurent, J. (2020). ¿Qué tan lejos estamos de estar cerca? Alcances de la arbitrabilidad de la libre competencia y aproximaciones en el Perú. *Themis. Revista de derecho*, 78, 167-187.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/libre+competencia/p3/vid/tan-lejos-cerca-alcances-876335872](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/libre+competencia/p3/vid/tan-lejos-cerca-alcances-876335872)

Rodríguez, N., Narváez-Zurita, C., Guerra-Coronel, M. y Erazo-Alvares. (2020). Habeas corpus preventivo como garantía del derecho a la vida, la integridad física y libertad. *Revista Iustitia Socialis*, 5(8), 608-623.  
[https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext\\_in\\_plan:1+date:2019-05-01..+content\\_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/p2/vid/habeas-corpus-preventivo-garantia-934282824](https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2074/#search/inPlanOnly:1+fulltext_in_plan:1+date:2019-05-01..+content_type:4/%22derecho+a+la+vida%22/p2/vid/habeas-corpus-preventivo-garantia-934282824)

Rodríguez, Y. (2021). El Derecho a la Libre Competencia y la ineficacia de su normativa. *Pensamiento Republicano*, (13), 57-66.  
<http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/pensamientorepublicano/article/view/754>