

Prof.Dr.Dr. Karl Homann



## **El programa ético de la Economía de Mercado**

***“La Economía de Mercado es considerada insolidaria, porque premia el egoísmo y el materialismo. Estas reservas de tipo moral tienen consecuencias políticas: bloquean las reformas necesarias” lo analizó el Prof.Dr.Dr. Karl Homann, Profesor de Filosofía y Economía en la Ludwig-Maximilians-Universidad de Munich, con motivo de la concesión del Premio Max-Weber 2006, el 13 de noviembre del 2006 en la Academia berlinesa-brandenburguesa de las Ciencias en Berlín. Estas objeciones morales de los ciudadanos no se deben rechazar con simplismo, sino con argumentos de peso que convengan de la calidad moral de la Economía de Mercado.***

Alemania padece de una contradicción muy particular: vivimos en y de la Economía de Mercado, pero la mitad de la población rechaza el Mercado y la Competencia según las encuestas, y por encima de todos, más que proporcionalmente, muchos universitarios. La Economía de Mercado es considerada insolidaria, porque premia el egoísmo y el materialismo, lleva a una sociedad en la que hay que abrirse paso a codazos y a una *“economización de todos los sectores de la vida”*, incluidos la sanidad y la educación. Estas reservas de tipo moral tienen consecuencias políticas: bloquean las reformas necesarias. Por lo demás estas objeciones morales de los ciudadanos no se deben rechazar con simplismo, sino con argumentos de peso que convengan de la calidad moral de esta Economía.

### **1. El Programa ético de la Economía de Mercado.**

Una Ética de la Economía de Mercado debe distinguir dos niveles de actuaciones: las acciones y las condiciones de la acción; en lenguaje deportivo: las jugadas y las reglas de juego. El problema fundamental de la moral en la Economía de Mercado consiste en que los rendimientos previstos, y moralmente motivados de cada uno, en cuanto conduzcan a aumentos de costes pueden ser explotados por la concurrencia de baja moral. Puesto que esto es así, cada actor en Competencia sólo podrá comportarse moralmente si se cumple la condición de que sus concurrentes se someten al mismo standard moral. Esto significa, que la moral obliga a todos, o sea que ella debe estar incorporada con reglas vinculantes para los competidores porque sólo así puede ser practicada sin que haya explotación.

***“Convencer a los ciudadanos con argumentos de peso de la calidad moral de la Economía de Mercado”***

Para el sistema de reglas y su puesta en práctica es competente el *“Estado”*, mientras el actuar económicamente en Competencia es cuestión sólo de los actores en el

mercado. Pero esto no significa que sea superflua la moral Individual, al contrario, en un mundo en el que el saber es limitado y dinámica la evolución no pueden ser reglamentados *ex ante* con decisiones legales todos los problemas, de manera que aquí la moral individual tiene una tarea irrenunciable; esto incluye también el papel del jefe como *“ejemplo”* para los colaboradores. Por lo demás, la moral de cada uno necesita del apoyo continuo que le ha de prestar la Ordenación del Entorno, porque de lo contrario puede ser explotado por los competidores de baja moral. Mi concepción es mal interpretada frecuentemente como si yo quisiera sustituir la acción moral a través de la moral de las reglas, la moral en la Ordenación Económica. Pero la solución no es la sustitución, sino el apoyo de la acción moral individual a través de la Ordenación del Entorno, la moral en la Ordenación Económica.

La relación de la moral del Orden (Marco) y la acción moral se puede determinar así: puesto que no puede exigirse ninguna Ética para un individuo particular, que lleve a que él de forma duradera y sistemática actúe contra sus intereses, la moral individual solamente podrá darse bajo dos condiciones: o es apoyada mediante el correspondiente sistema de reglas frente a la explotación en Competencia o el comportamiento moral por sí mismo ofrece ventajas a los actores en Competencia. La solidaridad de todos los seres humanos no se consigue en la Economía de Mercado moderna fundamentalmente por el proceder virtuoso de cada individuo, y su motivación moral y solidaria, sino mediante una adecuada Ordenación del Entorno. No la domesticación del interés propio es el Programa ético, sino el fortalecimiento o, incluso se puede decir, el encadenamiento del propio interés mediante una adecuada Ordenación del Entorno porque así es como mejor, y de una forma más eficiente, se sirve a los intereses de los conciudadanos, a la solidaridad de todos. Algunas implicaciones de un Programa ético, así decidido, deben ser expuestas:

1. La Moral en la Economía de Mercado no depende de los motivos morales, de la *“buena voluntad”*,

**IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá,  
Nr. 10 / Julio 2007**

- sino fundamentalmente de una adecuada Ordenación del Entorno.
- De un modo inmediato el motivo que impulsa la acción es, y continuará siendo, el interés propio: es la base del negocio en la Economía de Mercado.
  - Las circunstancias moralmente reprobables que existen en el mundo no se deben al interés propio, a la ambición del provecho, al egoísmo (de las empresas), sino a una deficiente, deficitaria Ordenación del Entorno, o a los fallos en su aplicación.
  - Las correcciones de tales situaciones inmorales no se pueden conseguir apelando a cada individuo –o a las inculpaciones por una falta de cumplimiento, que puedan resultar ejemplares– sino solamente modificando la Ordenación del Entorno.
  - La Moral debe ser puesta en práctica en y con la lógica económica y no contra ella. Con las palabras que ha dicho un representante de una institución, que ha sufrido experiencias dolorosas al intentar imponer la teología frente a las aportaciones de modernas ciencias particulares: *“Una Moral que intente poder saltarse los conocimientos objetivos de las leyes económicas, no es Moral sino Moralismo, o sea lo contrario de la Moral”*. Así afirmaba el Cardenal Joseph Ratzinger en 1986.
  - Esto exige una nueva valoración de la tendencia individual para conseguir ventajas. La línea de demarcación entre el *actuar inmoral o moral* no se puede trazar a lo largo de la distinción egoísmo-altruismo, sino más bien entre una tendencia a conseguir ventajas a costa de los otros y una tendencia a la propia ventaja, que comporte también ventajas para otros. En este caso estas ventajas para los otros en la Economía de Mercado no aparecen como *“modestos regalos”*, sino en forma de buenos, valiosos, innovadores productos y servicios en los procesos normales de intercambio en los mercados. San Martín no es un modelo para la sociedad moderna, o dicho de otra manera: San Martín en las condiciones modernas pondría en marcha una fábrica de abrigos que diera trabajo a los mendigos y a otras personas para que ellos mismos pudieran comprárselos.
  - Mercado y Competencia, Propiedad privada y búsqueda de Beneficio sólo encuentran su justificación ética por los efectos beneficiosos del sistema que se extienden a todos los ciudadanos. Ellos son –en cuanto se presuponga una adecuada Ordenación del Entorno– los medios más eficientes que hasta ahora se han conocido para la realización de la libertad y de la solidaridad de todos los seres humanos.

***“La Ética no exige menos Mercado, sino más Mercado, un Mercado mejor”***

No cabe, sin embargo, discutir si todas las Economías de Mercado existentes responden sólo en parte a esta

concepción. Pero esto no es ninguna razón para que la Economía de Mercado con sus instituciones anexas: Competencia, Propiedad privada, búsqueda de Beneficio, Maximización de la utilidad, etc. se rechacen o se traten de limitar. La divisa ética va más bien en sentido contrario: mejora, realización plena de la Economía de Mercado para el bien de todos: en pocas palabras: la Ética no exige menos Mercado, sino más Mercado, un Mercado mejor.

## **2. Metacrítica de la Economía de Mercado.**

Los críticos opinan que el perseguir diferentes, y en parte antagónicos, intereses privados lleva al caos. Esta concepción es falsa. Como ha podido ser demostrado también axiomáticamente (Arrow, Debreu), no lleva con necesidad lógica al caos. Pero tampoco conduce automáticamente al *bien común*. Para que resulte el bienestar para todos se necesita de una adecuada Ordenación del Entorno. La *“mano invisible”* de Adam Smith presupone la *“mano visible”* de la Ordenación llevada a cabo por la política. La repetidamente aludida Ordenación del Entorno no es un hecho espontáneo, sino una tarea que se ha de realizar. Se debe –en palabras del Nobel de Economía James M. Buchanan– distinguir con rigor entre búsqueda de reglas y búsqueda ya en la reglas adoptadas: las búsquedas de reglas tienen como tarea desarrollar de tal manera la Ordenación que las búsquedas ya dentro de las reglas lleven lo más automáticamente posible al bienestar para todos. El legítimo puesto que corresponde a la *“mano invisible”* de Adam Smith son las *“choices within rules”* pues presuponen que ya hay una Ordenación previa del Entorno. No tiene, pues, sentido hablar de una ciega confianza en un automatismo de los Mercados, de una *“metafísica del Mercado”*, a la que se refieren los críticos.

Mercado y Competencia no destruyen la solidaridad con los demás, como opinan los críticos, más bien son los medios especialmente eficientes para realizar la solidaridad con todos –pero para ello se ha de añadir un supuesto decisivo– en las circunstancias de las modernas grandes sociedades anónimas con un amplio frente, y a pesar de una población que crece enormemente. Mercado y Competencia son tanto menos fines en sí mismos como la formación de capital y la búsqueda del beneficio. Más bien son los medios para realizar el bienestar para todos. Tampoco la Propiedad privada encuentra su justificación ética en la utilidad para los propietarios, sino en la utilidad para los no propietarios y esta utilidad se genera a través del proceso normal de intercambio que tiene lugar en los mercados. Lo mismo ocurre con la búsqueda del Beneficio y el Valor para los accionistas.

Si el motivo inmediato de actuar en Competencia es, y seguirá siendo, perseguir el interés propio no se debe ver en ello, como hacen muchos críticos, un fallo temperamental del ser humano o un error moral. La Moral de la Economía de Mercado no se basa en motivos morales o altruísticos, se asienta más bien en los resultados del aprovechamiento del interés propio que conduce a los resultados deseables de un modo general.

La Economía de Mercado tampoco fomenta el materialismo, como afirma otra de las objeciones de los críticos. Más bien en la Economía moderna se entiende por “ventaja” todo lo que los ciudadanos valoran como ventajas o sea renta y patrimonio, así como también salud, ocio, una vida buena y confortable en compañía de otros y otras cosas por el estilo. La moderna Economía sistemáticamente nada tiene que ver con “dinero”, sino más bien con “ventajas” en el amplio sentido referido.

Los críticos opinan que la Economía de Mercado causa profundos males a algunos y por eso debe ser rechazada. Es verdad que Mercado y Competencia exigen de un modo permanente mucho a cada individuo. Joseph Alois Schumpeter caracterizó la Economía de Mercado como un “proceso de destrucción creativa”. En cierto modo de un día para otro se pueden desvalorizar todos los activos capitalizados si alguno descubre otros productos mejores u otros procesos de producción. En las Economías de Mercado no hay ninguna garantía para poder mantener un *Status Quo*. Sin embargo, precisamente este exigente sistema es el que produce a lo largo de los años o décadas un alto nivel de bienestar general. La Competencia juega el papel decisivo: ella cuida de las bajadas de los precios, de las mejoras de la calidad y de las innovaciones.

**“La Economía de Mercado es, en cierto modo, la solidaridad institucionalizada o el amor al prójimo”**

Que el Mercado y la Competencia fomenten el individualismo y destruyan la solidaridad, como muchos críticos afirman, es también falso. Lo que es verdad es que la solidaridad con el prójimo no se encuentra en los motivos, sentimientos e intenciones de los actores del Mercado, sino en la vinculación institucionalmente fundada. Por razón de las estructuras de las modernas grandes sociedades anónimas con sistemas funcionales no se puede garantizar más, motivacional e intencionalmente, la solidaridad con todos y esto porque nadie puede conocer a todos los que por la forma que tiene uno de actuar pueden sacar ventajas. Las sociedades modernas son intencionalmente desacopladas e institucionalmente combinadas (Andreas Suchanek). Cada individuo está hoy institucionalmente asociado con muchas más personas de lo que ocurría en los abarcables pequeños grupos de la época anterior. La exigencia de que se restablezca esa asociación motivacional e intencional equivale a querer que se vuelva a esa sociedad de pequeños grupos.

Resumiendo: la Economía de Mercado como tal posee una calidad moral en cuanto en las condiciones de las sociedades modernas, es el mejor medio, que se ha encontrado hasta ahora, para realizar la libertad y solidaridad de todos los ciudadanos. A pesar de otras recomendaciones para actuar, en parte completamente distintas, sigue siendo la que corresponde plenamente a los principios de la tradición ética del Occidente cristiano. La Economía de Mercado es, en cierto modo, la solidaridad institucionalizada, o el amor al prójimo en cuanto que en la

Economía de Mercado, con una Ordenación adecuada, solamente puede conseguir ventajas individuales, el que pueda ofrecer a sus conciudadanos algo que ellos desean.

### 3. La Economía Social de Mercado.

Hasta ahora he hablado del Programa ético de la Economía de Mercado como tal, de la Economía Social de Mercado todavía no he dicho nada. Como muestra la discusión actual sobre las deslocalizaciones y los despidos, al mismo tiempo que se consiguen beneficios record y cierre de centros de trabajo, se entiende por Economía Social de Mercado, a nivel público en los medios de comunicación y en la política, una Economía que ha sido domada a través de intervenciones motivadas socialmente: una Economía de Mercado, por tanto, en cierto modo *light*. Se trata en esta Economía Social de Mercado de un correctivo éticamente fundamentado de la Economía de Mercado y solamente esto es lo que hace que la Economía de Mercado sea moralmente aceptable. Esta concepción de la Economía Social de Mercado es la dominante. Pero tal concepción esta gravada con pesadas hipotecas que se transfieren en nuestro país, de un modo inmediato, a la política. Voy a referirme a tres de estas hipotecas:

1. El que explícita, o incluso implícitamente, parte del supuesto de que la Economía de Mercado sólo resulta éticamente aceptable a través de los correctivos sociales sostiene a la vez, por un razonamiento inverso, la concepción de que la Economía de Mercado como tal es inmoral, una creación diabólica. El que apoya su calidad moral, más o menos, únicamente en los correctivos sociales valora la Economía de Mercado en cuanto tal como profundamente inmoral.
2. De ello se deduce inmediatamente una consecuencia política. Si la medida de la moralidad viene fijada por la medida en que se introducen correctivos sociales a la Economía de Mercado, entonces por motivos morales no habría ningún límite más para tales correctivos. En ese caso valdría la divisa directiva: cuantos más correctivos, más moralidad –hasta que la Economía de Mercado, en parte o por completo, desapareciera.
3. El que fija la calidad moral de la Economía de Mercado no en los principios mismos de esta Economía de Mercado, sino en los correctivos de esos principios y de sus resultados debe, basándose en esa concepción, considerar a las organizaciones que tienen como elementos constitutivos la búsqueda del beneficio y la Competencia como contrarias y enemigas de la moral, de la honestidad, del humanismo y de la solidaridad. Esto explica el descrédito moral en que se tiene a las empresas y a sus directivos y que está profundamente enraizado en la ampliamente extendida, y al mismo tiempo completamente falsa, concepción que se tiene de lo social en la Economía Social de Mercado.

### IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá, Nr. 10 / Julio 2007

Pero si el descrédito moral de las empresas se ha de atribuir a una falsa concepción de lo social en la Economía Social de Mercado entonces las campañas de relaciones públicas para cuidar la imagen de las empresas son completamente inapropiadas para cambiar esa situación. Es mucho más importante cambiar esa falsa concepción de la Economía Social de Mercado por algo más adecuado.

He argumentado que la Economía de Mercado como tal es una empresa moral en todas sus dimensiones si hay un explícito Programa ético. Si queremos continuar en Alemania con nuestro sistema de Economía Social de Mercado –y yo estoy también a favor de ello– entonces no podemos seguir considerando lo social como un correctivo ético de una empresa que en sí es ya ética. Si la Economía de Mercado es ya en sí una empresa ética, no se podrá corregir a través de lo social, sino sólo mejorarla. Propongo por eso entender la Economía Social de Mercado como una superación, una mejora de la Economía de Mercado y no como un correctivo. Desde un punto de vista teórico es esto algo ciertamente revolucionario. Pues esto significa que la Economía Social de Mercado no pone frenos, sino que los quita –para el bien de todos. Más Mercado y Competencia, más –por favor, no se entienda en el corto plazo (resultados trimestrales), sino– búsqueda continua de Beneficios, forzar en vez de impedir el cambio estructural –estas son las divisas que se deducen de esta nueva forma de entender.

El Estado Social no ha de servir en esta perspectiva para facilitar a los que son expulsados del Mercado y la Competencia una vida digna duradera, más bien ha de servir para capacitar a los expulsados para que de nuevo se puedan integrar en la interacción social y hacerlos así de nuevo productivos. En este contexto se habla hoy de un Estado Social “activador”.

En esta manera de ver las cosas se establece también un criterio sobre los límites del Estado Social: medidas que no fomentan el proceso del Mercado, sino que lo dificultan han de ser rechazadas por principio. Lo social ayuda al proceso (duradero) del Mercado no para frenarlo o corregirlo. Se ha de concebir el Estado Social como un gran Seguro. A través de los Seguros se pueden afrontar los riesgos productivos, el riesgo se convierte también en un factor productivo. La idea del Seguro es totalmente compatible con el fomento del Mercado y de la Competencia. Frecuentemente resultan posibles interacciones muy productivas gracias a los Seguros.

Conviene, sin embargo, ser conscientes también de los riesgos de los Seguros, especialmente de la inmovilidad y de la aversión a la innovación así como del abuso del Seguro mediante el Reaseguro. La idea principal de estas reflexiones se puede aclarar con una comparación que procede del gran economista austriaco Joseph Alois Schumpeter. Compara el Estado Social con el freno de un auto: si se aprieta el freno el auto se desacelera y quizás llegue hasta a pararse; pero el sentido de un buen sistema de frenos consiste en que en el funcionamiento normal se puede ir más de prisa que si no se tuvieran frenos.

No debemos considerar la Economía Social de Mercado como una Economía de Mercado corregida moralmente, sino como una Economía de Mercado reforzada y sin trabas. De esta manera podremos encontrar una solución a los graves problemas de nuestra situación actual, sin que tengan que quedarse en la cuneta los pobres y los perjudicados. Quiero terminar con una frase que puede ser leída al mismo tiempo ética y económicamente: *nadie es tan pobre que no pueda ser para otros algo valioso y nadie es tan rico que no pueda experimentar un mayor enriquecimiento a través de otros.*

#### Karl Homann



*Prof.Dr.Dr. Karl Homann, año 1943, estudió desde 1963 hasta 1972 en la Universidad de Münster Filosofía, Germanística y Teología católica, terminando con Dr.phil. Desde 1971 hasta 1979 Homann estudió además Economía en la Universidad de Münster y en 1979 terminó con la promoción a Dr. rer. pol. En el año 1985 se habilitó en la especialidad Filosofía en la Universidad de Göttingen. Desde 1986 hasta 1990 fue profesor de Economía y Filosofía en la Universidad privada Witten/Herdecke. Después se cambió a la Universidad católica Eichstätt, donde de 1990 hasta 1999 desempeñó como primer titular de una cátedra de este tipo en la República Federal de Alemania al ser Profesor de Ética económica y empresarial en la Facultad de Ciencias Económicas de Ingolstadt. Desde 1999 trabaja e investiga Homann como Profesor de Filosofía especializada en los fundamentos filosóficos y éticos de la Economía (Ética económica) en la Ludwig-Maximilians Universidad de Munich*

*Traducción al castellano: realizada por el Prof. Dr. Eugenio M. Recio Figueiras.*

*Fuente: “Das ethische Programm der Marktwirtschaft“, FORUM: Vortragsreihe des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Instituts der deutschen Wirtschaft, Köln, Num. 4, Februar 2007.*