

**IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá,  
Nr. 75 enero 2016**

Prof. Dr. Dr. Karl Homann

**LA CALIDAD MORAL DE LA ECONOMÍA DE MERCADO**

En el momento actual el debate sobre la dimensión societaria de la economía constituye motivo de reflexión: Entre la expansión del Papel del Estado en el funcionamiento de la economía y el papel que debe corresponder al empresario en una economía de mercado. La necesidad de estabilizar un Ordenamiento Económico que dé respuesta a las necesidades de las personas para su desarrollo integral constituye el eje para recuperar tanto la estabilidad Societaria como la eficiencia en la disposición de los recursos escasos. El Profesor Karl Hofmann, defensor de una economía de mercado moralmente responsable y autor de destacadas obras en torno a la dimensión moral en el funcionamiento de la Economía de Mercado intervino el 20 de noviembre de 2014 en el Forum organizado por la Handelshochschule, Leipzig, con esta contribución que se expone a continuación. Es una defensa de la economía de mercado, de su dimensión moral y de la forma en la que se debe articular la dimensión ética de la Economía, de la empresa y el papel de la Política Social en el contexto societario orientado al desarrollo integral de la persona. Del Ordenamiento Económico depende el funcionamiento de la Economía de Mercado y la actuación de las personas en la misma.

La aceptación de la Economía de Mercado ha caído en Alemania por debajo del 50% según una Encuesta de Opinión con una tendencia estable a largo plazo. Los participantes fundamentan sus prevenciones y su crítica predominantemente en categorías éticas: lamentan egoísmo, avaricia, economismo y una visión humana materialista, entremezclando solidaridad y justicia social ¿cómo se puede por tanto hablar de la calidad moral de la Economía de Mercado?

**1. La Economía de Mercado como Empresa moral**

La medida para la valoración de las actuaciones económicas, de los sistemas de actuación y de sus resultados en términos morales la encuentra la tradición occidental cristiana hasta el día de hoy en el fin último del ser humano. Este se expresó clásicamente como *Eudaimonia* hasta que en el siglo 18 se tradujo como (*innerweltlicher*) “felicidad”; hoy hablaríamos de “feliz” o mejor de un “vida aceptable” para todas las personas. Sobre ello hay un amplio consenso en la Ética.

En un primer paso podemos concretar ese fin en dos *Principios*: estos son, la *libertad* y la *dignidad* de cada individuo y la *solidaridad* de todos los seres humanos. También sobre esto hay un amplio consenso. Estos *Principios* se pueden siempre seguir concretando más, lo que define al ámbito de trabajo de la Ética.

Este fin último del ser humano con su concretización constituye *la única medida* según la cual se ha de determinar *la calidad moral de la Economía de Mercado*. La Economía de Mercado sólo se puede justificar como medio para la realización de estos Principios y de este fin. Subrayar esto es, por tanto, tan importante porque en el debate público

existen una serie de intentos para la justificación moral de la Economía de Mercado, los cuales, como quiero demostrar en la segunda parte en tres ejemplos, carecen totalmente de consistencia.

La calidad moral de la Economía de Mercado consiste en que ella, citándome a mí mismo, “*es el mejor medio conocido para la realización de la Solidaridad de todos los seres humanos*”. Esto lo mostraré brevemente en sus elementos más importantes.

1. La **Propiedad privada** encuentra su justificación moral no en la utilidad para el propietario, que tiene una exigencia de derecho natural a ella, sino en la utilidad para la sociedad. El fundamento: la Propiedad privada implica, de manera distinta de la Propiedad colectiva, una eficiente utilización de los recursos. Por eso tiene validez: “Propiedad privada es más social que la Propiedad comunitaria”.

2. La **Competencia** cuida de que haya buenos bienes y servicios y a precios bajos, cuida de las innovaciones y de su rápida difusión y procura evitar siempre posiciones de poder dominantes que aparecen continuamente en la Economía de Mercado. Lo que significa: “la Competencia es más solidaria que repartir”. Su fundamento: Las ventajas de la Competencia favorecen a todos los que participan en el Mercado y no como en el reparto que sólo favorece a los que les toca.

Aquí hay que prestar atención a varios aspectos. En cuanto a las ventajas que benefician a todos, también a aquellos a los que el oferente no conoce en absoluto personalmente; en la Economía de Mercado se trata de una solidaridad sin motivación solidaria y sin relaciones personales con los participantes en la ventaja; se trata de una, como dice Ingo Pies, “Solidaridad con extraños”.

**IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá,  
Nr. 75 enero 2016**

Al mismo tiempo la *Competencia* confronta la actuación moral de las personas con dificultades especiales: el que por razones morales aporta prestaciones previas adicionales con costes que no son valorados por el Mercado, corre el peligro de que éstas prestaciones sean aprovechadas por los competidores menos morales; el agente sufre las desventajas de la Competencia y, al final, puede, quizás, que tenga que salir del Mercado. Este es el problema fundamental del actuar moralmente en la Economía de Mercado. La solución de este problema estaría en que los competidores se sometieran a los mismos estándares morales y el medio adecuado para ello son “reglas” que impliquen sanciones, Instituciones.

Por eso debemos distinguir entre actuaciones y las condiciones de las actuaciones, entre actuaciones y reglas, o en el lenguaje del deporte: entre jugadas y reglas de juego. En esta distinción se fundamenta básicamente un sistema de Ético sobre dos pilares. Toda Ética moderna debe, por lo menos, desarrollarse bajo estas condiciones en dos niveles: como *Ética de la acción* y *Ética de las condiciones*, como Ética de la acción y como Ética del Ordenamiento. Y que todavía necesitemos un tercer nivel, el entender el juego, que será tenido en cuenta en el posterior desarrollo del día. Por ello la Ética del Ordenamiento debe ser considerada como básica en cuanto que el Ordenamiento determina las posibles opciones de actuación para cada individuo.

El agente debe actuar en la Competencia cuidando de sus ventajas, él opera, por tanto, siempre –al menos- por el interés propio. El Ordenamiento-marco es el sistema de Reglas para la Competencia, que canaliza su actuación en dirección al *bien común*. Y por eso se prohíben por ley y se castigan con sanciones robo, extorsión, falsedad, acuerdos sobre precios, manipulaciones del mercado financiero y de divisas y otras actuaciones parecidas, mientras la Competencia se desarrolla con mejores prestaciones para el bien de todos. El que tenga lugar el resultado solidario sin motivación solidaria, es contraintuitivo y establece una especial dificultad para que podamos comprender la calidad moral de la Economía de Mercado.

Otra implicación contraintuitiva adicional consiste en que puedan darse circunstancias que no son tolerables, circunstancias morales que claman al cielo como hambre, pobreza, mortalidad infantil, etc. que primariamente no se pueden atribuir a los déficits personales de los agentes participantes como egoísmo, codicia, mala o débil voluntad, sino que se han de atribuir a los *déficits de las reglas*; la superación de estas circunstancias se consigue por eso

fundamentalmente a través de la reforma de las leyes y no con el rearme moral de los individuos.

3. De la ***lógica de la Competencia*** se deriva que las Empresas tiendan hacia los mayores *beneficios* sostenibles posibles. La lógica de la *Competencia* obliga también a los actuales líderes del Mercado a maximizar la utilización de los recursos permanentemente, porque ellos pueden ser superados mañana o pasado mañana por sus competidores y expulsados del Mercado. De este mecanismo de la maximización preventiva de los recursos como imperativo sistémico de la Economía de Mercado se beneficia la comunidad, porque así tiene lugar el crecimiento en su sentido más amplio, es decir, incluyendo la salud, expectativas de vida por encima de la media y experiencias culturales más ricas.

4. También la ***libertad de la actividad***, la ***libertad empresarial*** sólo se justifica en cuanto sea útil para la comunidad. La adecuada configuración y limitación de la libertad empresarial debe estar condicionada al bien común sostenible a largo plazo. *Franz Böhm*, uno de los padres de nuestra *Economía Social de Mercado*, argumenta que la libertad empresarial de nuestra Constitución en el artículo 12 de la Ley Fundamental se refiere a la libertad profesional y por eso se interpreta jurídicamente de manera análoga a los Derechos fundamentales, pero que sistemáticamente no se concibe como Derecho fundamental; para *Böhm* tiene “el carácter de una competencia social que necesita justificarse a través de la utilidad social” (307). Las Empresas se han de concebir como agentes de creación de valor societario. Los beneficios que persiguen las Empresas no son por eso ninguna “*licencia*” para que los Empresarios se llenen los bolsillos de dinero –esta es la extendida concepción de los ataques a la empresa; son más bien el estímulo para cumplir eficientemente su tarea societaria. Por eso estamos bien abastecidos con carne, cerveza y pan, porque en su producción se gana privadamente.

Hasta aquí he mostrado que la Economía de Mercado es, en esencia, una Empresa moral, porque con sus instituciones centrales –y otros muchos presupuestos en los que no puedo entrar aquí – sirve a la Comunidad, a la Solidaridad de todos. El que quiera justificar moralmente las decisiones empresariales debe recurrir siempre a este fundamento. Ahora bien, la estrategia de justificación debe producirse en los dos niveles: pues la Economía de Mercado, y me cito de nuevo, “es el mejor medio conocido hasta ahora para la realización de la Solidaridad de todos los hombres”, por lo que tiene validez que el sistema con sus inherentes durezas – Competencia, quiebras de empresas, despidos, cambios de localización- se ha de mantener y no poner en peligro con

**IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá,  
Nr. 75 enero 2016**

continuas intervenciones, aunque éstas estén también muy motivadas “moralmente”.

**1. Los autogoles de los defensores de la Economía de Mercado**

Quiero en esta segunda parte mostrar en tres ejemplos cómo muchos protagonistas de la Economía de Mercado, con la intención de justificarla moralmente, aplican argumentaciones que más bien juegan con las cartas de los críticos de la Economía de Mercado. Brevemente y dicho en el lenguaje del fútbol: LOS DEFENSORES chutan contra la propia portería.

*Lo Social en la Economía Social de Mercado.* En la opinión pública, y hasta en altos organismos de la política se extiende la siguiente forma de pensar y argumentar: la Economía de Mercado empieza a ser aceptable moralmente cuando se le añade lo Social. En esta argumentación se trata de un clásico disparo contra la propia portería. El que así piensa y habla, asume la concepción, por así decir, de que la Economía de Mercado como tal propiamente dicha es inmoral. Y puesto que Moral y Ética son más importantes que Economía y lo Económico, se puede deducir, fácilmente en la política que el Mercado con Competencia y la tendencia al Beneficio de las Empresas, por motivos morales, debe ser limitado, domado y domesticado. Esta concepción provoca, por tanto, permanentemente intervenciones de política social en los procesos del Mercado; se presionará a la larga sobre los resultados del Mercado hasta que no quede nada de la Economía de Mercado.

Contra esta concepción se ha de hacer valer que la Economía de Mercado –naturalmente siempre bajo un Ordenamiento-marco adecuado- se caracteriza por responsabilizarse del bienestar de amplios círculos de población y que, por lo tanto, es decir, sin el añadido de lo Social, tiene una calidad moral. Lo Social, por tanto, no se debe pensar como una contramedida al Mercado, a la Competencia y a la tendencia al Beneficio, sino más bien como mejora, incremento de la capacidad funcional de la Economía de Mercado y de su calidad moral. La idea de que detrás de estas rudimentarias consideraciones se llega a un conocimiento teórico y práctico comprobable de lo “Social” en la Economía Social de Mercado. Se puede aclarar con la siguiente comparación del gran economista austriaco *Joseph A. Schumpeter*: La política social es como el freno en el auto: si se aprieta el freno, el auto circula más lentamente e incluso puede llegar a pararse; pero el sentido de un buen sistema de frenos consiste en que en una situación normal se puede ir más

deprisa que sin frenos (146). El resultado: la Economía Social de Mercado es la mejor Economía de Mercado, pero debe continuar siendo la mejor *Economía de Mercado*. Los sistemas sociales como tales no son ya de por sí morales: también la mafia y, como sabemos desde hace poco el IS, tienen sistemas sociales.

*Responsabilidad Social Corporativa (CSR)* Presionadas por el debate público las Empresas recurren para la justificación de su proceder a que asuman de un modo complementario a su actividad esencial y libremente “responsabilidad societaria” RSC. También esto es un gol en la propia portería. La razón: si la calidad moral de la actividad empresarial se vincula en el compromiso que va más allá del negocio básico, entonces la calidad moral se expresa de nuevo como una contramedida de lo que es en sí el negocio básico; esto sirve únicamente al rechazo privado de los beneficios. De esta manera los defensores de la Economía de Mercado dan la razón exactamente al sentido de sus críticos y entierran la conciencia de la calidad moral de la Economía de Mercado y de su actividad fundamental.

Frente a ello debe hacerse valer permanentemente una justificación teórica y práctica de la dimensión ética del Ordenamiento de la Economía de Mercado en el debate público, de que al Mercado, con sus sistemas imperativos de Competencia y tendencia al Beneficio, por razón de los efectos de bienestar que comportan, corresponde a una elevada calidad moral. La responsabilidad societaria primaria de las Empresas consiste en que la Sociedad se encuentre con buenos bienes y servicios con precios justos e innovación, es decir, en su actividad esencial. Quien a partir de aquí amplíe la Moral a compromisos que van más allá de la actividad ESENCIAL renuncie a estas ideas asume la acusación de (Äblasshandeln) “negocio de bulas” Le ocurre como a los brasileños en la segunda mitad de la final contra Alemania: reanuda con el 5:0 la mitad del juego y no tiene ninguna oportunidad de compensarlo en la segunda mitad mediante mucha CSR.

*Las Empresas crean puestos de trabajo.* Si esta afirmación se aduce para la justificación moral de la Economía de Mercado, se le asigna el carácter de un deber moral. Pero como la Moral, según la concepción general, debe estar por delante de las reflexiones económicas, las Empresas entonces se ven confrontadas con la exigencia que explícitamente fue lanzada por Frank Walter Steinmeyer de que no deben despedir a nadie mientras que se escriban los resultados todavía con números negros. Esto económicamente no tiene sentido y por ello es perjudicial a largo plazo para el bien común y para la Comunidad.

**IDOE – Instituto de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Alcalá,  
Nr. 75 enero 2016**

Como afirmación puramente positiva es, sin embargo, correcta la frase: primeramente son las Empresas –y no el Estado- las que crean los puestos de trabajo. Tampoco discutirá nadie que es moralmente deseable la creación de puestos de trabajo. Pero cuando se interpreta esta frase normativamente y se redacta con fuerza para una justificación de la Economía de Mercado, se comete una falsedad. Esto se ve en que en este sentido el Socialismo con su garantía de puestos de trabajo ha hecho reflexionar a todos fuertemente sobre la superioridad de la Economía de Mercado, para este argumento no se necesita añadir nada más.

Y termino. He descrito aquí una imagen positiva de la Economía de Mercado. Debía demostrar, de acuerdo con el objetivo de mi aportación, por qué la Economía de Mercado se concibe como una Empresa moral y esto puede ser. Con ello, de ninguna manera, he justificado las experiencias empíricas de las Economías de Mercado. Todo lo contrario. Se necesita una imagen de la Economía de Mercado positivamente fundamentada para sobre esta base someter a la crítica los déficits de las Economías de Mercado existentes y para poder mostrar el camino para las reformas.

**Nota de la redacción**

*Para el lector español es interesante matizar en la interpretación sobre cómo se concibe la Economía Social de Mercado y así precisar las aportaciones del Prof. Homann conceptualmente*

*En la aclaración que trata de hacer el profesor Homann en la segunda parte sobre argumentaciones que pretenden defender la moralidad de la Economía de Mercado (EM) y que en su opinión tendrían el efecto contrario, conviene advertir que el párrafo dedicado a “lo Social en la Economía Social de Mercado (ESM)” puede generar confusión por lo que es preciso concretar.*

*El auténtico sentido del modelo de la ESM, propuesto por sus diseñadores más auténticos: L.Erhard y A. Müller-Armack, corresponde a lo que el autor describe al hablar de que “el mejor medio conocido para la realización de la Solidaridad de todos los seres humanos” es la Economía de Mercado. Pero, como se explica a lo largo de toda la primera parte, no se trata del simple mecanismo de la oferta y de la demanda, sino de un “Mercado ordenado” según unas Reglas que hacen que las empresas se conciban “como agentes de creación de valor societario”. Se trata de un Orden Económico.*

*La necesidad de acudir a la Política Social, que es con lo que según Homann algunos introducen lo Social en la EM para justificar su moralidad, es sólo un factor accidental en el auténtico modelo de la ESM. Homann dice que “la Competencia es más solidaria que repartir” porque “las ventajas de la Competencia favorecen a todos los que participan en el Mercado”, pero no tiene en cuenta que hay ciudadanos que, por diversas causas involuntarias no pueden participar en el Mercado y a ellos es precisamente a los que se ha de ayudar con las medidas de protección social que son la parte que no corresponde directamente al mecanismo del Mercado, aunque no prescinden totalmente de él por la aplicación del “Principio de Conformidad con el Mercado”, que delimita el campo de actuación del Estado en el modelo de la Economía Social de Mercado.*

**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 Universität de Munich