

La Brújula Moral del Mercado: Explorando Intereses Empresariales Más Allá del Lucro y el Debate sobre la "Moral Implícita"

I. Introducción: Más Allá del Lucro Puro – Preparando el Escenario para la Moralidad del Mercado

La concepción tradicional de la actividad empresarial a menudo se centra en la maximización de beneficios como el objetivo único, o al menos primordial, para emprendedores y empresas. Sin embargo, un creciente cuerpo de pensamiento filosófico y económico desafía esta visión estrecha, proponiendo que los mercados y sus participantes operan con una "moralidad implícita" o están influenciados por intereses que trascienden la mera ganancia financiera. Este informe se adentra en este complejo terreno, buscando desentrañar las múltiples dimensiones de la ética en el ámbito económico.

Joseph Heath, un filósofo canadiense de renombre, ancla su ética empresarial en el concepto de "fallas de mercado", argumentando que la eficiencia paretiana actúa como la "moral implícita del mercado". Desde esta perspectiva, las obligaciones éticas para las empresas no surgen de principios morales externos, sino de la propia lógica de la eficiencia del mercado. Este enfoque proporciona un marco inicial convincente para examinar cómo las consideraciones éticas pueden estar intrínsecamente ligadas a la actividad económica.

El propósito de este informe es enriquecer la comprensión de la moralidad del mercado. Para ello, se explicará en detalle el enfoque de Heath y se ampliará la discusión para incluir otras corrientes teóricas y autores relevantes. Mediante la comparación y el contraste de estos diversos puntos de vista, se busca construir una imagen más matizada y exhaustiva de los intereses empresariales y las dimensiones éticas de las operaciones de mercado.

II. El "Enfoque de Fallas de Mercado" (EFM) de Joseph Heath en la Ética Empresarial

El Enfoque de Fallas de Mercado (EFM) de Joseph Heath ofrece un marco distintivo para la ética empresarial, arraigando las obligaciones morales en el concepto económico de eficiencia. Su trabajo proporciona una lente analítica rigurosa a través de la cual comprender las responsabilidades éticas de las empresas dentro de un sistema capitalista.

La Eficiencia como Moral Implícita

Heath postula que la eficiencia paretiana es la "moral implícita del mercado". Este principio establece que una política o resultado es Pareto eficiente si no es posible mejorar la situación de una persona sin empeorar la de otra. Para Heath, este es un "principio irreductiblemente normativo" que impulsa la cooperación y la maximización de beneficios al agotar las mejoras paretianas disponibles. En esencia, representa una prohibición general del despilfarro.

La justificación de los mercados, según Heath, radica en que son "instituciones de propósito especial diseñadas para promover la eficiencia paretiana". Su legitimidad ética se deriva de su

capacidad para generar resultados Pareto eficientes, satisfaciendo óptimamente las preferencias de los consumidores. La implicación de esto es profunda: la moralidad no es una imposición externa al mercado, sino que es inherente a su funcionamiento óptimo. Si se entiende que el mercado es un mecanismo para el beneficio colectivo (eficiencia paretiana), entonces el comportamiento ético no es un añadido caritativo, sino una condición necesaria para que el mercado cumpla su propio propósito. Esto desplaza el debate de "¿deberían las empresas ser éticas?" a "¿cómo pueden las empresas ser verdaderamente eficientes y, por extensión, éticas?".

Imperativos Éticos para la Empresa: El Principio de "Como Si Fuera Competencia Perfecta"

Heath sostiene que los administradores privados tienen la obligación moral de "no explotar fallas del mercado". Una "empresa ética" no busca lucrarse mediante fallas del mercado. Este enfoque riguroso utiliza la teoría económica, como la teoría de juegos y los costos de transacción, para derivar normas morales que exigen que las empresas se comporten "como si la competencia fuera perfecta".

Este código moral implícito conlleva varias restricciones específicas :

- Minimizar las externalidades negativas (por ejemplo, la contaminación).
- Competir únicamente en función del precio y la calidad, no mediante "prácticas perversas".
- Reducir las asimetrías informativas entre la empresa y el cliente.
- No explotar la dispersión de la propiedad accionaria de manera injusta.
- Evitar imponer barreras de entrada a nuevos competidores.
- No recurrir a subsidios cruzados para eliminar rivales.
- No oponerse a regulaciones que corrijan imperfecciones del mercado.
- No buscar aranceles u otras medidas proteccionistas.
- Tratar los niveles de precios como determinados exógenamente.
- No participar en comportamientos oportunistas hacia clientes u otras empresas.

El marco de Heath proporciona un conjunto de reglas éticas concretas y con fundamento económico, que trascienden el moralismo abstracto. Al enmarcar la ética como "reglas del juego" necesarias para la eficiencia del mercado, ofrece un atractivo pragmático a los líderes empresariales que, de otro modo, podrían considerar la ética irrelevante para su función principal. Esto también implica que muchas prácticas empresariales comunes, a menudo consideradas astutas o competitivas, son en realidad poco éticas porque socavan las mismas condiciones que justifican el mercado.

La Analogía del "Fair Play Empresarial"

Heath utiliza la analogía del deporte para explicar que, en contextos competitivos, se permiten ciertos comportamientos (por ejemplo, la agresividad en el deporte) que serían inaceptables en la vida cotidiana. Sin embargo, incluso en el deporte, existen reglas de "juego limpio" para limitar los abusos. De manera similar, las empresas necesitan un concepto de "fair play empresarial" que distinga las prácticas competitivas legítimas de aquellas que distorsionan la competencia.

La competencia implica tratar a los demás como adversarios, lo que conduce a un "debilitamiento deóntico" de la moralidad cotidiana, donde algunas acciones normalmente obligatorias se vuelven opcionales, y algunas acciones prohibidas se vuelven permisibles. Esta orientación adversarial es inherente porque los precios se determinan competitivamente, y la competencia es un problema de acción colectiva institucionalizado donde se alienta a los individuos a aplicar estrategias de "free rider".

Esta analogía pone de relieve una tensión fundamental: la naturaleza competitiva del mercado parece exigir una suspensión de la moralidad "cotidiana". Sin embargo, Heath argumenta que esta suspensión no es una licencia para la amoralidad, sino que exige una moralidad de mercado *específica* definida por la eficiencia. El desafío, entonces, es definir los límites de este "juego limpio" para evitar que la competencia degenera en explotación o daño sistémico. Esto también implica que los fallos éticos en los negocios no se deben a menudo a fallos morales individuales, sino a la falta de "reglas del juego" claramente definidas o a un fallo colectivo en su cumplimiento.

El Papel del Estado en la Visión de Heath

Heath argumenta que el Estado y el mercado pueden funcionar como "socios complementarios". Propone un "modelo de bajo conflicto" en el que las democracias avanzadas desarrollan reglas que complementan las actividades del mercado, en lugar de estar en una competencia constante de suma cero.

La intervención estatal se justifica principalmente cuando existen fallas de mercado (por ejemplo, bienes públicos, externalidades, información imperfecta, problemas de acción colectiva). Por ejemplo, el sistema de bienestar canadiense, que incluye la salud pública y la seguridad social, se considera una respuesta a las fallas del mercado, funcionando como un gran sistema de seguros gestionado por el Estado.

Heath cree que apelar a la eficiencia y a las fallas del mercado para justificar la intervención estatal es "menos controvertido" y genera un consenso político más amplio que las apelaciones directas a ideales abstractos de igualdad o justicia. Además, defiende una burocracia estatal profesional como la "infraestructura" que sostiene la democracia moderna, capaz de resolver problemas complejos.

Heath ofrece una justificación pragmática para el Estado de bienestar que trasciende las divisiones ideológicas tradicionales entre izquierda y derecha. Al enmarcar la intervención estatal como una corrección necesaria de las imperfecciones del mercado (en lugar de un ideal redistributivo), busca generar consenso en torno a políticas que mejoren el bienestar social. Esto implica que una gobernanza eficaz requiere una comprensión profunda de los mecanismos económicos para identificar dónde y cómo la intervención es realmente necesaria, en lugar de ser impulsada por impulsos morales abstractos.

Críticas y Matices al EFM de Heath

El EFM de Heath, si bien es riguroso, ha recibido críticas. Una de las principales objeciones es que la premisa de comportarse "como si" se estuviera en competencia perfecta es un "ideal difícil de aplicar en la práctica". El mundo real está lleno de imperfecciones, y la adhesión unilateral a estas restricciones podría desfavorecer a una empresa.

Algunos académicos, como Singer, proponen un "enfoque de fallas de justicia" (EFJ) para complementar el EFM de Heath, argumentando que las empresas también deberían abordar las desigualdades políticas y sociales, lo que sugiere que la eficiencia por sí sola es insuficiente para

una ética empresarial integral. Otros argumentan que, incluso en condiciones ideales, el EFM no excluye daños significativos, o que es demasiado exigente o no lo suficientemente exigente en condiciones no ideales. Además, algunas críticas sugieren que la visión de Heath de los contextos competitivos implica un mundo de "deshonestidad inevitable" donde se otorgan permisos éticos para comportamientos poco cooperativos que normalmente serían incorrectos.

Heath implícitamente argumenta contra el control de precios y el proteccionismo, al enfatizar que los precios reflejan la escasez relativa y que manipularlos distorsiona señales cruciales del mercado, lo que lleva a la ineficiencia. Sugiere que la "falacia del precio justo" (la idea de que un precio alternativo es más "justo") no considera las consecuencias más amplias. Si bien el EFM de Heath apoya la maximización de beneficios dentro de las "reglas del juego" que promueven la eficiencia paretiana, algunas críticas a la maximización de beneficios como único propósito señalan que ignora el momento, el riesgo y los intereses de varias partes interesadas. Heath distingue la maximización de beneficios del interés propio, argumentando que la obligación de los gerentes de maximizar los beneficios es distinta de la ganancia personal.

Las críticas revelan la tensión inherente al intentar derivar una ética sólida únicamente de un principio económico como la eficiencia. Aunque Heath busca un enfoque pragmático y menos controvertido, la complejidad del mundo real de los mercados, la persistencia de los desequilibrios de poder y las demandas más amplias de justicia social a menudo empujan las consideraciones éticas más allá de un marco puramente impulsado por la eficiencia. Esto pone de manifiesto el debate filosófico en curso sobre los principios fundamentales de la ética empresarial y si los modelos económicos pueden captar plenamente el panorama moral.

III. Corrientes Alternativas: Ampliando la Discusión sobre el Propósito y la Ética Empresarial

Para abordar plenamente el interés del usuario en "otras corrientes y autores" más allá de la perspectiva de Heath, es crucial explorar diversos marcos teóricos que ofrecen puntos de vista alternativos o complementarios sobre las motivaciones empresariales y el propósito moral de los negocios.

Teoría de los *Stakeholders* (R. Edward Freeman)

Introducida por R. Edward Freeman en la década de 1980, la teoría de los *stakeholders* postula que las organizaciones se componen de varias partes interesadas, cada una con objetivos e intereses distintos, que contribuyen al éxito de la organización. Esta teoría cambia fundamentalmente el enfoque de satisfacer únicamente a los accionistas a reconocer una gama más amplia de partes afectadas por las acciones organizacionales, incluyendo empleados, clientes, proveedores, entidades gubernamentales y comunidades locales.

La tarea de la dirección es crear valor para todos los *stakeholders*, no solo para los accionistas, alineando sus objetivos potencialmente contrapuestos. Esto implica una responsabilidad de equilibrar diversos intereses para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la organización. La teoría de los

stakeholders desafía directamente el paradigma de la maximización de beneficios al afirmar que el propósito de una empresa se extiende a la creación de valor para todos los que tienen un "interés" en ella. Este marco sugiere que el éxito empresarial no es meramente financiero, sino también

relacional y social, lo que exige que los gerentes consideren una brújula moral más amplia impulsada por la interdependencia.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (Archie Carroll)

Desarrollada por Archie Carroll en 1991, la Pirámide de la RSC describe cuatro componentes clave de la responsabilidad social corporativa: responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas.

- **Económica:** Ser rentable; es el fundamento de todas las demás responsabilidades.
- **Legal:** Obedecer la ley; la ética codificada de la sociedad.
- **Ética:** Hacer lo correcto, justo y equitativo, incluso más allá de los requisitos legales. Este nivel reconoce que las leyes pueden ir por detrás de las expectativas sociales.
- **Filantrópica:** Ser un buen ciudadano corporativo; actividades voluntarias que promueven el bienestar humano y la buena voluntad.

El modelo de Carroll define explícitamente responsabilidades que van más allá de las obligaciones meramente económicas y legales, enfatizando que las empresas deben desempeñar un papel positivo en la comunidad y considerar los impactos ambientales y sociales. Si bien la responsabilidad económica es fundamental, la pirámide debe verse de forma integral, integrando los cuatro niveles. La pirámide de Carroll proporciona una visión jerárquica pero integrada de las responsabilidades empresariales, sugiriendo que, si bien el beneficio es necesario para la supervivencia, no es el único propósito. Las capas ética y filantrópica implican un imperativo moral para que las empresas contribuyan activamente al bienestar social, impulsadas por un sentido de ciudadanía corporativa que va más allá de los mínimos legales. Este marco sugiere que las motivaciones empresariales pueden y deben abarcar un impacto social más amplio.

Creación de Valor Compartido (CVC) (Porter & Kramer)

Introducido por Michael E. Porter y Mark R. Kramer, el concepto de CVC se centra en la generación simultánea de beneficios económicos y sociales. Argumenta que las empresas pueden impulsar la innovación y el crecimiento al reconcebir productos/mercados (por ejemplo, satisfaciendo las necesidades de comunidades desfavorecidas), redefiniendo la productividad en la cadena de valor (por ejemplo, innovaciones sociales/ambientales) y apoyando el desarrollo de *clusters* industriales.

Porter y Kramer sostienen que el CVC difiere de la RSC tradicional porque se trata de "crear valor compartido" (beneficios económicos y sociales) en lugar de simplemente donar dinero o definir responsabilidades separadas. Integra las cuestiones sociales y ambientales en la estrategia central del negocio. Sin embargo, es crucial señalar que el CVC "mantiene la obtención de beneficios en la raíz de la definición de una empresa". Ofrece una "versión ligeramente modificada de la maximización de beneficios", enmarcando las mejoras sociales como vías para lograr beneficios económicos y ventaja competitiva.

El CVC intenta salvar la brecha entre el beneficio y el impacto social argumentando que los problemas sociales pueden ser oportunidades para obtener una ventaja competitiva. Si bien este enfoque anima a las empresas a abordar las necesidades sociales, su base en el beneficio como motor último lo distingue de motivaciones más altruistas o basadas en la virtud. Implica que los

intereses empresariales pueden alinearse con el bien social, pero principalmente cuando dicha alineación es estratégicamente beneficiosa para la empresa.

Ética de la Virtud (Alasdair MacIntyre)

Alasdair MacIntyre, siguiendo a Aristóteles, critica el negocio capitalista moderno por priorizar los "bienes externos" (por ejemplo, el beneficio, el poder, el prestigio, la riqueza material) sobre los "bienes internos" (por ejemplo, la excelencia en el oficio, la satisfacción intrínseca, el bienestar comunal, la dignidad derivada del autodesarrollo). Argumenta que este enfoque corrompe las "prácticas" y hace que el negocio sea moralmente indefendible desde una perspectiva de ética de la virtud.

Una "práctica" es una "actividad humana cooperativa socialmente establecida" a través de la cual se realizan "bienes internos a esa forma de actividad" al esforzarse por la excelencia. Las virtudes se cultivan mediante la participación en tales prácticas. Los bienes externos son finitos, posesiones individuales, objetos de competencia (por ejemplo, dinero, fama). Los bienes internos son intangibles, no finitos y comunales, logrados a través de la propia actividad (por ejemplo, la habilidad analítica en el ajedrez, el orgullo por la artesanía). MacIntyre afirma que una corporación virtuosa "no podría tener como objetivo último la ganancia económica".

MacIntyre ofrece una crítica radical, sugiriendo que la propia estructura del capitalismo moderno, con su énfasis en las ganancias externas y cuantificables, socava activamente el desarrollo de las virtudes y un propósito más profundo e intrínseco en el trabajo. Esto implica que, para que los intereses empresariales vayan genuinamente "más allá del beneficio", se requiere una reorientación fundamental de la empresa, alejándola de la mera adquisición y dirigiéndola hacia la búsqueda de la excelencia y los bienes comunales, lo que podría desafiar los principios básicos de los mercados competitivos.

El Enfoque del Bien Común

Este marco ético enfatiza el bienestar de toda la comunidad o sociedad, sosteniendo que las organizaciones deben tomar decisiones y emprender acciones que promuevan el "bien mayor" en lugar de priorizar sus propios intereses. Fomenta el equilibrio de las necesidades e intereses de varias partes interesadas, incluidos empleados, clientes, la comunidad local y el medio ambiente.

El bien común se define como las condiciones de la vida social que permiten a todos los miembros "un acceso relativamente completo y fácil a su propia realización", abarcando la salud pública, la seguridad, la justicia y un medio ambiente no contaminado. Lograrlo requiere esfuerzos cooperativos. Sin embargo, existen desafíos, como el pluralismo (diferentes visiones del bien común), el "problema del

free-rider", el individualismo y el reparto desigual de las cargas.

El Enfoque del Bien Común proporciona una lente ética a nivel macro, viendo a la empresa como una parte integral de un tejido social más amplio. Implica que los intereses empresariales deben guiarse por la responsabilidad de contribuir al florecimiento colectivo, incluso si ello requiere sacrificios o la gestión de complejas compensaciones. Esta perspectiva a menudo contrasta con la eficiencia del mercado como único principio moral, ya que prioriza resultados sociales más amplios y valores compartidos.

Teorías Críticas de la Empresa

Las teorías críticas de la empresa examinan cómo las empresas, particularmente dentro de las estructuras capitalistas, contribuyen a la desigualdad sistémica, la explotación y la degradación ambiental. Desafían las estructuras de poder establecidas y se centran en el cambio social.

Estas teorías a menudo argumentan que el enfoque del modelo de negocio convencional en la maximización de beneficios a corto plazo es un motor principal de estos resultados negativos. Abogan por una redefinición del propósito corporativo para incluir responsabilidades sociales y ambientales más amplias. La explotación puede ser estructural, una propiedad de instituciones o sistemas donde las "reglas del juego" benefician injustamente a un grupo (por ejemplo, los propietarios del capital) en detrimento de otro (por ejemplo, el trabajo). Esto va más allá de la injusticia transaccional en intercambios discretos.

Las teorías críticas ofrecen un contrapunto profundo al argumentar que la búsqueda de beneficios dentro de sistemas capitalistas no regulados o insuficientemente regulados conduce *inherentemente* a la explotación y la injusticia. Sugieren que "otros intereses" para los empresarios deberían incluir el desmantelamiento activo de estas estructuras explotadoras y la defensa de cambios sistémicos que prioricen la justicia social y la sostenibilidad ambiental, en lugar de simplemente mitigar los impactos negativos. Esto implica una postura más confrontacional contra la "moralidad implícita" de la eficiencia si se percibe que perpetúa daños sistémicos.

Motivaciones Empresariales Más Allá del Lucro

Cada vez más, las empresas se guían por valores fundamentales, un propósito claro y el deseo de generar un cambio positivo. Este enfoque "orientado por un propósito" posiciona a las empresas como éticamente responsables y puede conducir a una mayor lealtad de los clientes, compromiso de los empleados y rendimiento financiero.

Los empresarios están motivados por la sostenibilidad y el impacto social, desarrollando soluciones creativas a desafíos globales como el cambio climático y la desigualdad social. Esto atrae a inversores socialmente responsables. Más allá de los beneficios inmediatos, el éxito empresarial se considera la creación de un "ecosistema positivo" que garantiza la estabilidad y la resiliencia a largo plazo. Las prácticas éticas mejoran la reputación y la credibilidad, fomentando la confianza y las relaciones duraderas con las partes interesadas.

Esta tendencia emergente sugiere una evolución práctica en la motivación empresarial, donde las consideraciones éticas y el propósito social no son solo presiones externas, sino motores internos para la innovación, la ventaja competitiva y la viabilidad a largo plazo. Implica una convergencia entre "buenos negocios" y "bien para la sociedad", impulsada por el reconocimiento de que el bienestar social y la salud ambiental están intrínsecamente vinculados al éxito económico sostenible.

Tabla 1: Comparación de la Primacía del Accionista frente a la Primacía del Stakeholder en el Propósito Empresarial

Criterio	Primacía del Accionista	Primacía del Stakeholder
Objetivo Primario	Maximizar la riqueza del accionista	Crear valor para todos los stakeholders
Beneficiarios Primarios	Accionistas	Todos los stakeholders relevantes (empleados, clientes, proveedores, comunidades, medio ambiente)

Criterio	Primacía del Accionista	Primacía del <i>Stakeholder</i>
Visión de la Responsabilidad Social	Limitada al cumplimiento legal y al beneficio (Doctrina Friedman)	Impacto social y ambiental más amplio
Rol Gerencial	Deber fiduciario hacia los accionistas	Equilibrar e integrar diversos intereses
Proponentes Clave	Milton Friedman	R. Edward Freeman
Exportar a Hojas de cálculo		

IV. Una Perspectiva Contrastante: Guillermo Moreno sobre Estado, Mercado y Justicia Social

Guillermo Moreno, un prominente político y economista argentino, ofrece una perspectiva marcadamente contrastante con la de Joseph Heath, particularmente en lo que respecta al papel del Estado y la moralidad inherente del mercado. Sus puntos de vista están profundamente arraigados en la filosofía económica peronista, que enfatiza la soberanía nacional, la industrialización y la justicia social.

Crítica al Capitalismo No Regulado

Moreno critica vehementemente las políticas que priorizan las importaciones sobre la producción nacional, argumentando que "cuando vos compras mercadería afuera estás comprando trabajo" y que "destruir trabajo doméstico... es un problema". Esto conduce a una pérdida de ingresos para los trabajadores locales y a la erosión de las habilidades especializadas y el conocimiento colectivo dentro del país, ya que "el hacer enseña". Ilustra esto con ejemplos de profesiones que pierden su experiencia sin práctica continua.

Afirma que una tasa de desempleo creciente "destruye la cohesión" social. Moreno utiliza la analogía del Líbano, donde las dificultades económicas llevaron a la fragmentación social, para subrayar la importancia de la cohesión social. Posiciona al peronismo como una "garantía de que eso no pase". Además, describe cómo un sistema financiero no regulado puede "parar de mano" al gobierno, obligándolo a "rendirse". Cita ejemplos de maniobras inusuales y costosas del Banco Central (por ejemplo, la compra de dinero con "pases" a altas tasas de interés) como prueba de la pérdida de control del gobierno y la falta de comprensión económica frente a poderosas fuerzas financieras.

La crítica de Moreno pone de manifiesto los costos sociales y humanos de una economía puramente impulsada por el mercado, especialmente en un contexto de desarrollo. Sostiene que la "moralidad" implícita de un mercado de este tipo es destructiva para el tejido social, lo que lleva a la desindustrialización, el desempleo y la desintegración social. Esto implica que la eficiencia del mercado, si se persigue sin una fuerte dirección estatal, puede conducir a resultados moralmente inaceptables desde una perspectiva nacional y de justicia social.

El Estado Intervencionista

Moreno aboga por un fuerte papel del Estado en la protección del trabajo y la industria nacionales, enfatizando que "nosotros priorizamos el trabajo nuestro". Apoya políticas como las "licencias no automáticas y restricciones a la competencia extranjera" para salvaguardar la producción y el empleo nacionales.

Como ex Secretario de Comercio Interior (2006-2013), Moreno implementó políticas de control de precios y "administración de comercio". Argumentó que "el peronismo tiene que controlar todos los precios". Creía que el Estado debía "fijar la pauta inflacionaria" para los productos de consumo masivo. El enfoque de Moreno implica un Estado proactivo que no solo regula, sino que también interviene directamente en la actividad económica para lograr objetivos nacionales específicos. Considera que el papel del Estado es defender el "interés general".

Moreno presenta al Estado no solo como un corrector de las fallas del mercado (como hace Heath), sino como una fuerza activa y rectora que moldea el mercado para servir a objetivos nacionales y sociales. Esto implica la creencia de que el mercado, librado a su suerte, no se alinearán naturalmente con el bien común o la justicia social, lo que exige una intervención directa y a menudo contundente para garantizar el "juego limpio" desde una perspectiva nacional.

"Capitalista en la Producción, Justicialista en la Distribución"

Esta frase resume la filosofía económica peronista, que Moreno defiende firmemente. Implica un sistema que abraza la propiedad privada y la producción (capitalismo) pero busca asegurar una distribución justa de la riqueza y los ingresos (justicialismo).

Moreno habla de la necesidad de "armonía entre el capital y el trabajo", sugiriendo que la política económica debe equilibrar los intereses de ambos factores de producción para lograr una distribución más equitativa de los ingresos. Señala que en la "década ganada", los trabajadores recibían el 50% del PIB, cifra que desde entonces ha caído por debajo del 40%.

Este principio representa un marco moral distinto para el mercado, donde la eficiencia en la producción es un medio para un fin: la justicia social en la distribución. A diferencia de la moralidad implícita de la eficiencia paretiana de Heath, que se centra en no empeorar la situación de nadie, el "justicialismo" de Moreno apunta explícitamente a una distribución *más equitativa*, incluso si ello requiere una intervención directa en los resultados del mercado. Esto pone de manifiesto una divergencia fundamental en lo que constituye un mercado "moral".

El "Ser Nacional" y la Cohesión Social

Moreno enfatiza el concepto del "ser nacional" como un elemento central del pensamiento peronista y un principio rector de la política económica. Conecta esto con la importancia de la unidad nacional y la defensa de la soberanía, particularmente en relación con las Islas Malvinas.

Critica a quienes son "apátridas", como los "anarcocapitalistas" que "no cree en los pueblos, no cree en la frontera, no cree en los países". Esto se considera una amenaza a la identidad nacional y a la capacidad de definir a la Argentina. Para Moreno, la discusión de la "patria" "no es una discusión exenta de la justicia social". Una "patria sin justicia social es una patria desde la visión de las elites inestable".

Moreno introduce una dimensión de la moralidad del mercado ligada a la identidad nacional y al destino colectivo, que está en gran medida ausente en el marco universalista de Heath, centrado en la eficiencia. Esto implica que el "mercado moral" no solo debe ser eficiente o justo en la distribución, sino que también debe servir al objetivo primordial de fortalecer la cohesión nacional y la soberanía, lo que podría justificar políticas económicas proteccionistas o nacionalistas que podrían considerarse ineficientes según un estándar puramente paretiano.

Crítica al Neoliberalismo

Moreno es muy crítico con las políticas neoliberales, describiendo el actual modelo económico como un "mamarracho" que está "absolutamente colapsado". Argumenta que conduce a la "destrucción de la sociedad" y a la "anomia" (falta de normas).

A menudo contrasta a los economistas académicos (como Melcoñan o Caputo) con quienes realmente "saben" de economía, como empresarios y líderes sindicales que tienen experiencia práctica ("el hacer enseña"). Critica a los economistas que "no saben la economía de verdad, la economía del remito y la factura y el caminar en la calle". Moreno califica al actual presidente de "anarcocapitalista" que "no cree en los gobiernos, no cree en los Estados". Esta ideología se considera destructiva para la sociedad al no comprender la macroeconomía.

La crítica de Moreno al neoliberalismo no es meramente económica, sino profundamente moral y epistemológica. Sostiene que las políticas neoliberales, al dismantelar la intervención estatal y priorizar principios abstractos de mercado, conducen a la desintegración social y se basan en una comprensión defectuosa y desvinculada de la economía. Esto implica que un "mercado moral" debe basarse en el conocimiento práctico y servir a las necesidades concretas de la gente, en lugar de teorías abstractas o dogmas ideológicos.

V. Análisis Comparativo: Puntos de Vista Intersectados sobre la Moralidad del Mercado

La exploración del "Enfoque de Fallas de Mercado" de Joseph Heath y la filosofía económica peronista de Guillermo Moreno, junto con otros marcos de ética empresarial, revela un rico tapiz de perspectivas sobre la "moralidad implícita del mercado" y los intereses empresariales más allá del beneficio. Este análisis comparativo destaca convergencias y divergencias fundamentales.

Heath frente a Marcos Alternativos de Ética Empresarial

La insistencia de Heath en la eficiencia y la corrección de las fallas del mercado converge con aspectos de la RSC (por ejemplo, minimizar las externalidades) y el CVC (encontrar soluciones *win-win* que beneficien tanto a las empresas como a la sociedad). Todos estos marcos, en mayor o menor medida, reconocen que las prácticas empresariales responsables pueden conducir a mejores resultados económicos.

Sin embargo, existen divergencias significativas con principios morales más amplios. Mientras que Heath limita las obligaciones éticas a las derivadas de la eficiencia paretiana, la Teoría de los

Stakeholders y la RSC extienden las responsabilidades a una gama más amplia de preocupaciones sociales y ambientales, a menudo más allá de lo estrictamente requerido para la eficiencia del mercado. El Enfoque del Bien Común y las Teorías Críticas van aún más allá, exigiendo que las empresas contribuyan activamente al florecimiento colectivo o desafíen las injusticias sistémicas, incluso si no están directamente vinculadas a la eficiencia.

La motivación más allá del beneficio también varía. El marco de Heath, aunque ético, sigue arraigado en la lógica de la eficiencia del mercado y la búsqueda de beneficios (aunque restringida). En contraste, la Ética de la Virtud critica explícitamente la priorización de "bienes externos" (como el beneficio) sobre "bienes internos" (como la excelencia y la satisfacción intrínseca), sugiriendo una reorientación más fundamental de la motivación empresarial. Del mismo modo, el Enfoque del

Bien Común y las Teorías Críticas a menudo implican motivaciones impulsadas por un deseo de justicia social y cambio sistémico que no siempre pueden alinearse con la eficiencia o el beneficio.

El EFM de Heath ofrece un piso ético minimalista, pero riguroso, derivado de la lógica económica. Sin embargo, otros marcos sugieren que una "moralidad de mercado" verdaderamente integral requiere construir *sobre* este piso con consideraciones de justicia distributiva, valor intrínseco en el trabajo y un bienestar social más amplio. La tensión reside en si la eficiencia es un principio moral suficiente o simplemente una condición necesaria para un mercado verdaderamente ético. Esto pone de manifiesto el desafío continuo de integrar la racionalidad económica con valores humanos y sociales más amplios.

Heath frente a Moreno: Una Comparación Directa de Filosofías Económicas y Éticas

La comparación entre Heath y Moreno revela una profunda brecha ideológica y filosófica con respecto a la naturaleza moral del mercado. Heath busca encontrar la moralidad *dentro* de la lógica del mercado, mientras que Moreno ve el mercado como una herramienta que *debe ser controlada* por un propósito moral y nacional superior. Esto pone de manifiesto las profundas implicaciones políticas y éticas de cómo se define la "moralidad implícita" del mercado, ya sea como una propiedad emergente del intercambio eficiente o como una construcción social que requiere una orientación moral y política constante.

Tabla 2: Análisis Comparativo de las Filosofías Económicas y Éticas de Joseph Heath y Guillermo Moreno

Criterio	Joseph Heath	Guillermo Moreno
Principio Ético Central	Eficiencia Pareto (moral implícita del mercado)	Justicia Social ("Justicialista en la distribución"), Cohesión Nacional ("Ser Nacional")
Visión del Mercado	Mecanismo para la asignación óptima de recursos, propenso a fallas	Fuerza destructiva si no está regulado, lleva a la desindustrialización y la anomia
Rol del Estado	Interviene para corregir fallas de mercado (socio complementario)	Intervención directa y fuerte para proteger el trabajo nacional, controlar precios y asegurar la justicia social
Visión de la Explotación	Obligación de no <i>explotar</i> fallas de mercado (comportarse "como si fuera competencia perfecta")	El capitalismo no regulado <i>es</i> explotador (destruye el trabajo, el saber hacer)
Visión de la Competencia	"Juego limpio" dentro de la competencia adversaria	El Estado debe gestionar la competencia para servir al interés nacional
Énfasis en Resultados Sociales	Eficiencia, mejoras graduales	Empleo, distribución equitativa, unidad nacional
Crítica Clave a Vistas Opuestas	Critica el dogmatismo ideológico, el "consumismo ético" y la falta de	Critica el neoliberalismo como "mamarracho" basado en la ignorancia

Criterio	Joseph Heath pensamiento en las consecuencias	Guillermo Moreno teórica
Fuente del Conocimiento Económico	Filosofía académica y teoría económica	Experiencia práctica de empresarios y líderes sindicales ("el hacer enseña")

El Papel del Emprendedor

Las diversas perspectivas revelan que los "intereses empresariales más allá del beneficio" pueden abarcar desde una comprensión sofisticada de la eficiencia del mercado (Heath) hasta un compromiso con el desarrollo nacional y la justicia social (Moreno), o un compromiso más amplio con los *stakeholders*, la comunidad y los valores intrínsecos (otros marcos). Este espectro subraya que la "brújula moral" de un empresario no es monolítica, sino que está moldeada por su fundamento filosófico, su contexto social y su comprensión del papel de la empresa en la economía en general.

En la visión de Heath, el emprendedor ético es aquel que maximiza el beneficio operando "como si" estuviera en competencia perfecta, evitando la explotación de las fallas del mercado. Sus "otros intereses" se alinean con la eficiencia, contribuyendo al funcionamiento óptimo general del sistema de mercado. Para Moreno, el emprendedor ético es aquel que contribuye al "trabajo doméstico" y al "ser nacional", operando dentro de un marco guiado por el Estado para lograr la "justicia social". Sus "otros intereses" están intrínsecamente ligados al desarrollo nacional y al bienestar social, aceptando potencialmente los controles estatales para el bien colectivo.

Otros marcos presentan al emprendedor de la siguiente manera: la teoría de los *stakeholders* lo ve equilibrando los intereses de todas las partes; la RSC lo describe participando en actividades éticas y filantrópicas más allá del beneficio y el cumplimiento legal; el CVC lo sitúa encontrando oportunidades de beneficio al resolver problemas sociales; la ética de la virtud lo impulsa a buscar la excelencia y los bienes internos, lo que puede desafiar el beneficio como objetivo último; el enfoque del bien común lo orienta a contribuir al bienestar de toda la comunidad; y las teorías críticas lo ven desafiando las estructuras de explotación y abogando por el cambio sistémico.

El Espectro de la Intervención Estatal

El debate sobre la moralidad del mercado está intrínsecamente ligado al papel del Estado. La "moralidad implícita" del mercado no se autoimpone; sus resultados éticos dependen en gran medida del entorno institucional y regulatorio. La elección entre el Estado complementario del mercado de Heath y el Estado director del mercado de Moreno refleja creencias divergentes sobre la capacidad inherente del mercado para la autorregulación moral frente a su necesidad de orientación y control moral externos.

El ideal de Heath es una intervención mínima, centrada en corregir fallas de mercado específicas e identificables para restaurar la eficiencia. El Estado es un "socio". Por el contrario, el ideal de Moreno es un control y una planificación estatales fuertes, proactivos y directos para asegurar la industria nacional, el empleo y la distribución equitativa, viendo el mercado como una herramienta que debe ser dirigida. Otros marcos, como la teoría de los

stakeholders y la RSC, a menudo consideran la regulación como una línea de base, con la acción ética yendo "más allá del cumplimiento". El CVC busca soluciones *win-win* que podrían reducir la

necesidad de cierta intervención estatal. Las teorías críticas a menudo abogan por la intervención estatal para abordar los desequilibrios de poder sistémicos y promover la justicia.

VI. Conclusión: Hacia una Comprensión Multifacética de la Moralidad del Mercado

La exploración del "Enfoque de Fallas de Mercado" de Joseph Heath junto con diversas corrientes éticas y económicas —desde la teoría de los *stakeholders* y la ética de la virtud hasta el modelo peronista intervencionista de Guillermo Moreno— revela que la "moralidad implícita del mercado" dista mucho de ser un concepto singular y universalmente aceptado. Por el contrario, es un terreno en disputa, moldeado por supuestos filosóficos variables sobre la naturaleza humana, el propósito de la actividad económica y la relación ideal entre el mercado, el Estado y la sociedad.

Heath ofrece una ética convincente, impulsada por la eficiencia, argumentando que las obligaciones morales de las empresas provienen de las mismas condiciones necesarias para que los mercados funcionen de manera óptima (eficiencia paretiana). Su concepto de "fair play empresarial" busca alinear la conducta empresarial con la lógica inherente del mercado, con el Estado actuando como un corrector pragmático de las imperfecciones.

En contraste, figuras como Guillermo Moreno articulan una visión en la que el mercado, si se deja sin regular, socava activamente la cohesión nacional y la justicia social, lo que requiere una fuerte intervención estatal para dirigir la actividad económica hacia el bienestar colectivo y la soberanía nacional. El principio de "capitalista en la producción, justicialista en la distribución" encapsula un imperativo moral para resultados equitativos que trasciende la mera eficiencia.

Otros marcos, como la Teoría de los *Stakeholders*, la RSC, el CVC, la Ética de la Virtud y las Teorías Críticas de la Empresa, ofrecen dimensiones adicionales: desde equilibrar diversos intereses y cumplir con deberes sociales más amplios hasta cuestionar fundamentalmente el motivo de lucro y abogar por un cambio sistémico.

Este análisis multifacético enriquece significativamente la pregunta inicial al demostrar que los intereses empresariales pueden extenderse mucho más allá del beneficio. Estos "otros intereses" pueden entenderse a través de lentes de eficiencia, responsabilidad social, identidad nacional, excelencia intrínseca o un compromiso con la justicia, cada uno implicando diferentes obligaciones morales y roles para los actores del mercado y el Estado.

El debate en curso sobre la moralidad del mercado subraya la complejidad de integrar la racionalidad económica con las demandas éticas en un mundo globalizado y diverso. La investigación futura y las aplicaciones prácticas podrían centrarse en:

- Desarrollar modelos híbridos que sinteticen las fortalezas de la ética basada en la eficiencia con principios sólidos de justicia y responsabilidad social.
- Explorar cómo los diferentes contextos culturales y políticos moldean la percepción y la implementación de la "moralidad del mercado".
- Diseñar mecanismos institucionales que incentiven un comportamiento empresarial alineado con objetivos sociales más amplios, yendo más allá del mero cumplimiento para fomentar negocios genuinamente orientados a un propósito.

- Fomentar un discurso público conceptualmente claro y basado en la evidencia, como aboga Heath, al tiempo que se reconocen los valores arraigados y las aspiraciones nacionales defendidas por pensadores como Moreno.

En última instancia, comprender la "brújula moral del mercado" requiere un diálogo continuo e interdisciplinario que abarque tanto el análisis económico riguroso como la profunda reflexión ética.