

# JUSTICIA



## EN PRECIOS Y BENEFICIOS

*Miguel Marina, S. I.*

**L**A simplicidad del contrato de compra-venta en la prehistoria de la economía no exigía mucha ciencia moral para percibir su justicia o injusticia. Pero la complejidad de la economía moderna, el largo camino que recorren unas primeras materias hasta que llegan al consumidor, y como consecuencia natural de esto, el crecimiento paulatino del precio de coste hasta el precio de venta, diluyen la responsabilidad y hacen que no siempre sea fácil juzgar la moralidad de tal precio concreto.

Por otra parte es manifiesta la repercusión social de una conducta moral en la fijación del precio. ¿No hay pinos porque no llueve o no llueve porque no hay pinos? ¿Está la vida cara porque los sueldos son bajos? o ¿resultan bajos los sueldos porque la vida está cara? Uno de los elementos del precio es el costo, que es función de los salarios; a su vez los salarios, si son jus-

tos, dependen del nivel de precios existentes en la vida (alimentos, vestido, casa...); y todas estas cosas tienen sus precios conforme al propio costo de producción. Resulta pues, que todos los precios son variables dependientes de otras funciones. La madeja tiene principio y fin; pero parece imposible desenredarla.

El problema es complejo y vital; tratemos de acercar todo lo posible el hecho económico a la luz de la teología moral.

### **Desbrozando el terreno**

Dos observaciones previas.

Es innegable la existencia de leyes económicas; pero sería ingenuo admitir si más como un dogma su necesidad absoluta. Expresan más bien una tendencia que una constante. La puesta en marcha de tales leyes requiere unas condiciones que no son necesarias; y es

claro que los responsables de esas condiciones serán responsables de sus últimas consecuencias. Se ha influido positivamente en el mercado cuando esto suponía mayor probabilidad de aumentar o asegurar ganancias. Sería ilusorio afirmar que el mercado es necesario cuando se pretende utilizarlo para las exigencias del egoísmo (1).

También creo interesante hacer notar ya desde ahora que en el orden práctico de la moral, la justicia del precio depende de la justicia del beneficio y no al revés (2).

### Principio fundamental

El contrato de compra-venta es oneroso y bilateral, es decir, ambas partes buscan su utilidad.

Esto no significa que no se pueda ir a una venta con intenciones más elevadas o generosas. La realidad es antagonista de las definiciones (posición de límites): nos da piritas y galena y nos deja a nosotros la obtención del hierro y del plomo. Afirmamos, pues, solamente que lo específico y distintivo del contrato de compra-venta es ser oneroso y bilateral, de ordinario no se va de compras a hacer regalos. Y si en un caso concreto esto no se cumple, es que esa compra-venta concreta se ha mixtificado con otras formas de contrato. Al dar su juicio moral habrá que contar con los principios morales que rigen esos contratos.

Por lo tanto, la justicia exige la *equivalencia entre lo que se da y lo que se recibe*; y el *precio*, que es la expresión monetaria del valor del objeto, será *justo cuando equivalga al valor íntegro del objeto* (3).

(1) SETIEN, «Las leyes económicas en la formación de los precios». Scriptorium victoriense 3 (1956) 62-97.

(2) AZPIAZU, «La moral del hombre de negocios», Madrid, 1952 pág. 152.

(3) Aquí nos remontamos por encima de las distintas teorías sobre el valor económico, para no adentrarnos en una selva de especulaciones útiles; pero que nos llevarían muy lejos. Eso sí, descartamos el aforismo romano,

Las consecuencias son fecundas:

El vendedor no puede tener en cuenta ni *la gran necesidad* del comprador ni *el gran provecho* que obtendrá el comprador con la compra (4).

Pero con esto apenas hemos hecho más que formular el problema del precio justo: Un precio será justo cuando *el valor de la moneda recibida corresponda al valor de la mercancía cedida*, ¿y cómo se determina el valor de la mercancía cedida?

### El patrón clásico

Es tradicional recurrir a la estimación común y así se define en los manuales de moral el precio corriente, «el determinado por la estimación común de la gente o de los entendidos en la materia» (5).

La dificultad está en que las circunstancias actuales de la economía no ofrecen la transparencia necesaria en el mercado de productos para que tenga lugar y sentido la estimación común. Es preciso un régimen de libre concurrencia y suficiente abundancia de bienes y de compradores para que sin violencias ni coacciones, el tira y afloja natural entre oferta y demanda den un precio de equilibrio. La realidad es que los precios son obra del Estado y

que ha hecho las delicias del liberalismo económico, «una cosa vale tanto cuanto den por ella» y que equivaldría a canonizar al león de la fábula que justificaba su injustificable reparto «quia nominor leo». Nos quedamos con una teoría objetiva del valor (una cosa vale lo que vale en sí misma) abierta a los elementos subjetivos que consigo se traigan su aval. Suponemos pues, que el valor económico está integrado por un elemento objetivo-relativo, la capacidad natural de las cosas para satisfacer las necesidades humanas; y otro elemento subjetivo, las exigencias y necesidades de los hombres que los llevan a estimar las cosas útiles.

(4) Más precisiones en MULLER, «La moral y la vida de los negocios», Bilbao 1951, pág. 72.

(5) ZALBA, THEOLOGIA MORALIS II, pág. 733 n. 757. Apenas trataremos del precio legal y convencional que tienen sus peculiaridades; pero no afectan al problema fundamental del precio que ahora estudiamos.

de convenios entre productores por un lado y vendedores por otro. Al comprador se le imponen. Por esto no habrá hoy moralista que no suscriba la observación del P. Zalba "el precio corriente (la estimación común) difícilmente puede dejarse al vulgo; hay que confiarlo al juicio de peritos" (6).

A lo largo de este estudio se verá que no prescindimos de la estimación común. Pero determinaremos más su área de acción, con lo cual recobrá todo su sentido y valor.

### Una primera aproximación

Comencemos fijando dos límites como margen de oscilación del precio justo:

*Límite mínimo:* el precio justo debe cubrir los gastos de producción y una justa retribución del trabajo y del capital. Sin esto los productores se retraerían, porque los hombres trabajan ante todo buscando su propia utilidad. Es la función individual de la producción.

*Límite máximo:* pero también debe ser asequible al consumidor medio, según la mercancía de que se trata y su necesidad. La justificación de este límite está en la función social de la producción, que es satisfacer las necesidades y utilidades de la sociedad.

En un régimen económico como el nuestro fundado en la división del trabajo, el canje es el medio natural y necesario para la repartición de los bienes que la Divina Providencia ha destinado para satisfacer las necesidades humanas. Y de la misma manera que el derecho de propiedad no puede prescindir de la destinación común de los bienes, tampoco el precio, clave de la compra-venta o canje de bienes, puede desentenderse de las exigencias del bien común.

Aun los autores que niegan que el bien común sea *elemento constitutivo*

del precio justo, conceden sin dificultad que es buen *criterio manifestativo* de la moralidad de un sistema de precios (7). De tal manera que allí donde los precios no permitan la adquisición del bien común, es que no corresponden al valor objetivo de las mercancías. Esto nos basta ahora (8).

Es claro, sin embargo, que este criterio social no tiene aplicación en los bienes que apenas interesan al bien común como son los objetos de lujo, artículos de fantasía, colecciones... En estos casos el precio justo será el libremente convenido entre las partes, con tal que no se explote la ignorancia, pasión o ligereza del otro contratante (9).

### Suma y sigue

Hasta aquí llevamos dicho *lo que no debe ser el precio* si quiere ser justo:

*no debe* determinarse a base de la gran necesidad o gran provecho del comprador,

*no debe* ser inasequible al consumidor medio.

Lo único positivo en las aproximaciones precedentes es el límite mínimo que le señalábamos: debe cubrir gastos y una justa retribución del trabajo y del capital.

Se nos plantea de nuevo el problema del precio justo; pero ya aparecen más claras las últimas incógnitas. ¿Cuál ha de ser esa justa retribución del trabajo y del capital? ¿Cuál es el beneficio justo? Para despejarlas desmontemos el precio en sus elementos fundamentales.

El precio de venta es el resultado de dos sumandos:

*costo* (materias primas, salarios, interés y amortización del capital, etc.) más *beneficio*.

Por lo que hace al costo, es claro que justamente se recupera en el precio de venta.

(6) ZALBA, op. cit. pág. 734 nota 26. Sobre esto mismo cfr. DAUPHIN MEUNIER, «La doctrina económica de la Iglesia», cap. sobre el precio.

(7) ZALBA, op. cit. pág. 737.

(8) Para mayor información en este punto, MULLER, pág. 68 y SETIEN, art. cit.

(9) MULLER, pág. 78.

Desde el punto de vista del moralista, recordemos tan sólo que si por impericia o negligencia del productor ha habido costos inútiles o extraordinarios, no es lícito sin más hacer caer todo este peso sobre el comprador (10).

Las aplicaciones concretas son obvias. Basta sinceridad y llamar por su nombre a cada uno de los distintos conceptos que integran el costo.

### El beneficio ante la moral

Más que hacer nos va a dar el beneficio.

El empresario con su trabajo y su capital presta un servicio a la sociedad y para ello se embarca ordinariamente en un riesgo mayor o menor. En esto estriba la justificación moral del beneficio económico.

Su cuantía debe corresponder al servicio prestado, es decir, al trabajo y al riesgo afrontado. Sólo entonces tendremos un beneficio justo.

Para no divagar y precisar lo más posible en la valoración de este servicio del empresario a la sociedad, propongo las siguientes orientaciones (11):

1.º Separación clara y terminante de la retribución debida al trabajo del empresario y la debida al capital. Separación factible, puesto que no todo capitalista es empresario-capitalista (12).

(10) ZALBA, pág. 738, n. 759-3.

(11) En las consideraciones que siguen me han sido utilísimos unos apuntes de clase del Sr. Aspichueta, profesor de costos en la Universidad de Deusto; aunque me separo de él en algún punto.

(12) Frente al esquema tradicional del precio:

$\text{materiales} + \text{gastos} + \text{jornales}$   
 $\text{costo} \dots + \text{beneficio} = \text{venta}$   
 creo más realista y verdadero este otro:  
 $\text{material} + \text{gastos}$

$\text{costo puro} + \text{renta} \dots = \text{venta}$   
 $\text{Remuneración del trabajo} + \text{Remuneración del capital}$

que subraya mejor la conexión entre el problema del precio y el problema de la distribución de la renta.

En este mismo sentido me parecen felices las observaciones del Sr. Bertrand en un artículo publicado en Fomento Social 13 (1958) 127.

### 2.º Remuneración del trabajo:

Que el empresario se asigne un sueldo en función de su valía personal y su dedicación real a la empresa. Como se trata de un auto-contrato y hay peligro de alucinación, pueden ser útiles los siguientes puntos de vista, para asegurar la objetividad y ayudar a la sinceridad:

a) Como punto de partida puede servir el sueldo señalado en las reglamentaciones de trabajo. Es posible que el trabajo que realiza el empresario sea de categoría superior a la de cualquiera de sus empleados; pero también puede ocurrir lo contrario.

b) Que piense el empresario qué sueldo estaría dispuesto a pagar a un extraño por el trabajo que él presta. Es decir, que suponga que va a nombrar un gerente.

Es verdad que ningún asalariado se entrega al negocio con la dedicación y sacrificio del empresario; pero también es verdad que no se suele dar a los asalariados la misma oportunidad de ganar en proporción directa con el esfuerzo realizado.

c) Si aún quedan dudas sobre el sueldo que merece, imagine por un momento el sueldo que a él le asignarían en un negocio extraño similar al suyo.

### 3.º Remuneración del capital:

También tenemos un criterio objetivo para valorar la productividad y riesgo del capital.

Respóndase con sinceridad a esta pregunta: ¿Se puede decir que hay más riesgo para los capitales empleados en negocios propios, vigilados personalmente por el propio empresario-capitalista que para los cedidos a extraños, cuya administración nos está vedada?

Supuesta la respuesta negativa, creo que la productividad del capital y la prima de su riesgo está dada por la rentabilidad líquida efectiva de los valores industriales. Esta rentabilidad depende de las cotizaciones y dividendos. Pero nos interesan los rendimientos reales, que se obtienen teniendo en cuenta además de los dividendos en

metálico, los que se pagan en acciones y las ampliaciones de capital.

Según un estudio del Banco Urquijo (13), la rentabilidad basada sobre los dividendos en metálico fué en 1957 aproximadamente de 3,77 % y 3,31 %, según elijamos respectivamente las cotizaciones en fin de año o los cambios mensuales. En cambio, la rentabilidad global efectiva de las acciones fué 10,06 % y 8,80 % en uno y otro supuesto (cotización en 31 de diciembre y promedio de las 12 cotizaciones).

Para que este índice medio (el 8,80 % en este caso) (14) sea con justicia norma de mis beneficios concretos debo tener en cuenta las circunstancias concretas de mis negocios. Precisamente por ser índice medio habrá que aumentarlo prudencialmente si mi situación es especialmente inestable, al comienzo por ejemplo de un negocio: por el contrario habrá que disminuirlo, si un monopolio legal o de hecho me coloca en situación privilegiada. Más brevemente, habrá que tener en cuenta el riesgo concreto de mi situación.

Me parece importante insistir en que este índice medio tiene más semejanzas con una regla de cálculo (permítaseme la comparación) que con un patrón de tendero. Si todo juicio moral, por más claros que estén los principios, requiere una dosis no pequeña de prudencia para percibir y calibrar bien los matices del hecho concreto que se enjuicia, mucho más necesaria nos es esta prudencia cuando nos enfrentamos con hechos tan complejos y proteicos como los económicos.

Después de todo lo dicho, podemos considerarnos en la estación de término y concluir que un precio es justo si permite remunerar al trabajo de cuantos lo prestan, incluso el del empresario midiendo a todos por el mismo

rasero (lo cual no implica necesariamente igualdad de cifras absolutas) y además remunerar al capital *real* con una cantidad equivalente a su rentabilidad líquida *efectiva*.

### Algunos reparos

A) ¿No queda al margen de lo dicho, la excepción consagrada entre moralistas, que justifica un beneficio, incluso del 30 % en circunstancias especiales de una gran suerte, falta de competencia absoluta en el competidor, etc.? (15).

Creo de validez universal el principio asentado, con tal que para su aplicación se consideren atentamente las circunstancias concretas de cada caso. Y en primer lugar, no se trata de condenar el beneficio alto por el mero hecho de ser alto; se trata de buscar los títulos que lo justifican y su medida aproximada. Esto supuesto, "pongamos el caso de un negocio dedicado a una actividad industrial nueva cuyo resultado no sea conocido y en el que pueden intervenir brillantes y originales ideas y costosas instalaciones o patentes".

¿No deberían remunerarse las ideas brillantes y originales en concepto de trabajo? Trabajo superior, acreedor de la máxima retribución si se quiere, pero trabajo. Ni estaría demás tener a la vista las exigencias del salario familiar mínimo para todos cuando llegue el momento de estimar lo que se debe al superdotado.

"Por lo que al utillaje se refiere, prevéase una amortización económica mucho más acelerada que la física por la posibilidad de introducción de nuevos procedimientos de fabricación que lo inutilicen".

"Hecho esto no parece justificable un mayor beneficio en concepto de riesgo del capital, pues ello supondría tomar dos veces el mismo sumando: la parte del capital que puede perderse es precisamente invertida en instalaciones

(13) La Economía española, variación de la coyuntura, 1958 pág. 108.

(14) Lo prefiero al 10,06 % sacado de las cotizaciones en 31 de diciembre, porque basado como está en el promedio de las 12 cotizaciones del año tiene más valor como índice medio.

(15) AZPIAZU, pág. 154.

y patentes y no otra. De lo cual se deduce que el exceso de amortización sobre las cifras normales es precisamente la prima de seguro contra este riesgo, por lo cual queda excluída moralmente cualquier otra partida por este mismo concepto" (16).

B) Se nos podría objetar también que desplazamos el problema, pero no lo resolvemos. Esa rentabilidad media del capital la obtenemos operando con rendimientos de hecho cuya licitud moral habría que estudiar y resolver antes de adoptarla como regla de la cuantía lícita del beneficio en el mercado de productos.

Al paso. La rentabilidad depende de las cotizaciones, que a su vez dependen de la demanda o escasez de capitales, posibilidad o facilidad de aplicarlos, riesgo de las empresas en que se colocan y de los dividendos que vienen ofreciendo, claro está. Como se ve el beneficio es sólo uno de los factores que intervienen en la rentabilidad.

No negamos que se puede influir artificialmente en el mercado de capitales; pero tampoco se puede negar que en este mercado las leyes de oferta y demanda actúan en cauces más naturales que en el mercado de productos. Y por lo mismo tiene sentido y valor real decir que las rentabilidades de los valores industriales son suficientemente fruto de la estimación común.

Veo las impurezas del material escogido; pero no veo otro camino para determinar a priori el beneficio del capital. Por lo demás estas deficiencias pueden compensarse dando a la norma propuesta el valor que tiene y no aplicándola matemáticamente.

C) En fin, poniendo tantas restricciones al beneficio ¿no corremos el peligro de ahogar el estímulo y espíritu emprendedor, fuente de riqueza auténtica?

Es claro que toda limitación de beneficios en un negocio disminuye los alicientes del mismo. Pero la cuestión es si es justa o injusta tal limitación.

(16) Tomado del Sr. Aspichueta.

Creo haber justificado esa limitación de beneficios. El valor de una conclusión depende del valor de las premisas. Lo más que podemos y debemos hacer es repasar el proceso a la luz de estas consecuencias que parecen duras e irrealizables.

El resultado de esta revisión es que no dejamos al empresario-capitalista más camino para un aumento de beneficios que las mejoras de productividad (17) y el riesgo. En otras palabras, su esfuerzo y trabajo (18).

Estas páginas no tienen sentido más que para hombres de buena conciencia; para ellos también tendrá sentido esta compensación bíblica: "Mejor es poco con justicia que mucho con injusticia" (19).

#### La verdadera dificultad

Si soy sincero, y quiero serlo ante todo, tengo que confesar que no siento totalmente firme el suelo que piso. El mundo de la economía es complejísimo en su teoría y en su realidad y práctica.

He advertido ya que la norma que propongo para una determinación aproximada del beneficio y del precio justo, exige previamente una consideración atenta de las circunstancias concretas de cada caso. Es más, repito, una orientación que una solución matemática. Pero no me extrañaría nada que sean tales sus dificultades prácticas y tales las enmiendas que se impongan, que ni yo mismo llegase a reconocer mi obra.

No obstante este fracaso, seguiría convencido de que se puede hacer mucho en orden a la determinación aproximada del beneficio y precio justo.

(17) Afortunadamente vamos cayendo en la cuenta de la importancia que tienen en la producción, la organización de la fábrica, racionalización del trabajo y relaciones humanas de la empresa.

(18) Es aleccionador las reservas que Santo Tomás y muchos moralistas han mantenido largo tiempo frente a los negocios por puro lucro. Cfr. MULLER, pág. 233 y ss.

(19) Tob. 12,8.

Bastaría poner en esto el mismo interés e ingenio que se ha puesto en calcular con precisión costos y primas de amortización, así como las primas de seguros, función de un elemento tan refractario a la medida como el riesgo. El resultado sería quizás un margen de beneficio mayor del que propongo; pero en ningún caso, supresión de todo margen.

### Poniendo los puntos sobre las íes

Si la claridad es la cortesía del filósofo, en el moralista es un deber. Por esto me parece conveniente exponer claramente el fin que me movió a escribir y las conclusiones que propongo a la discusión.

Si alguien buscaba en estas páginas orientaciones prácticas y netas para su vida de negocios se habrá sentido defraudado al verse cerca del fin. Para esas normas prácticas concretas le remito al capítulo sobre el precio del P. ALBERTO MULLER, S. I. en su libro *La moral y la vida de los negocios* (20) y a una respuesta del P. Angel de Arín Ormazábal S. I., en *Hechos y Dichos* (21).

Pero todo el que lea a Muller, Ormazábal o cualquier otro estudio sobre el precio, verá que es terreno pantanoso. Desde el punto de vista práctico: qué debo hacer para tener bien mis cuentas con Dios, la respuesta no es difícil; porque es claro en moral que sólo se pueden imponer obligaciones ciertas. Ahora bien, esto no exime al moralista de profundizar en los puntos disputables para llevar la claridad lo más lejos posible. Estas discusiones especulativas no afectarán al cristiano en su vida práctica mientras no se pongan de acuerdo los entendidos. Y de la misma manera que en moral médica no podemos prescindir los moralistas de los

datos de la medicina; en la moral del séptimo mandamiento es preciso ponerse al habla con el economista y el hombre de negocios.

Este ha sido mi intento. En un punto difícil de moral, el beneficio y precio justo, que esconde aún varias incógnitas, lanzo mi cuarto a espadas y propongo una solución. De economistas y hombres de negocios será proponer dificultades y enmiendas desde el punto de vista de la economía y vida real de los negocios. Después vendrá en el moralista el rectificar su posición concreta a la luz de los principios morales que siempre han de permanecer intangibles.

En fin, resumo así brevemente mi posición:

1) No considero injusto el beneficio por el mero hecho de ser elevado; sino que trato de buscar los títulos que lo justifican moralmente y la cuantía en que lo justifican.

2) Concedo que en una economía sana o en régimen de competencia perfecta el precio de mercado es el criterio ideal para juzgar de la moralidad del beneficio, de tal manera que en ese caso admito plenamente que "si el precio es justo, el beneficio es justo". Pero en las circunstancias reales del mercado actual, con convenios de productores y comerciantes, monopolios legales y de hecho, etc., creo que esa norma ("Si el precio es justo, el beneficio también es justo") es un sofisma. Por lo cual se impone buscar otro camino.

3) Y propongo el siguiente:

Para determinar la prima debida al capital por su productividad y riesgo, téngase a la vista la rentabilidad efectiva del capital;

para la prima del servicio que el empresario presta a la sociedad, atiéndase a la retribución del trabajo ajeno similar.

No excluyo, como es natural, ningún otro título suficientemente justificado.

(20) Editorial del Mensajero, Bilbao.

(21) Febrero 1959, pág. 141.