

Glosas y Comentarios

José M.^a Solozábal*

los precios ante la moral

El valor del dinero y el nivel de los precios son cosas que no tienen sentido si no se hace referencia al conjunto de la vida económica del país. De ahí que toda la problemática moral de los precios debe resolverse de acuerdo con determinados criterios de bien común.

La cuestión de la moralidad de los precios es algo que ha venido preocupando de siempre a los moralistas católicos, y la prueba está en que no hay manual de Teología Moral que no le dedique bastantes páginas, encuadrándola generalmente dentro del contrato de compraventa, y en las revistas especializadas no es raro encontrar con cierta frecuencia algún artículo consagrado al tema.

A pesar de ello nos parece justificado el volver sobre la materia, ya que somos del parecer de que en materia de moral social y económica no es fácil decir la última y definitiva palabra, ya que, por una parte, la evolución de las estructuras sociales y económicas—no es necesario insistir en la gran dinamicidad de las mismas, puesta especialmente de relieve en el último medio siglo—, y, por otra, el progreso de las ciencias sociales, y entre ellas sobre todo de la economía, imponen, en no pocas ocasiones, el replanteamiento de las soluciones de valoración ética, propuestas en un contexto histórico y sociológico distinto y a la luz de aportaciones más pobres y sujetas a revisión de las ciencias sociales. No es que con esto caigamos en un relativismo moral, ni mucho menos. Los principios generales de la moral permanecen invariables; pero al variar la realidad a la que hay que aplicarlos, y al conocer mejor las incidencias y repercusiones de los actos puestos en sociedad, no hay duda de que las conclusiones, o, si se prefiere, la moral práctica que ha de servir de guía en la vida concreta, ha de evolucionar.

* Profesor de la Universidad de Deusto.

Aun cuando es verdad que la virtud de la justicia no agota la moralidad de los actos de la vida económica, y, por tanto, de los precios, no es menos verdad que es la más importante, tanto por el alcance y la intensidad de los derechos por ella respaldados, como por ser la primera que hay que observar, ya que lesionada la justicia difícilmente pueden salvarse otras virtudes. De ahí que la moralidad de los precios se confunda, prácticamente siempre, con la justicia de los mismos. Nosotros, sin perjuicio de ciertas consideraciones que hagamos al final, seguiremos este mismo criterio. Pero como contrapartida vamos a tomar el concepto de justicia, y, por lo tanto, el de precio justo, en una acepción, si no más amplia que la que de por sí tiene y debe tener, sí con matices más ricos que los que de ordinario suele presentar en los estudios de moral, y por lo menos aplicados a esta cuestión.

TODA JUSTICIA ES SOCIAL

La justicia es una virtud eminentemente social, no sólo en el sentido de que para que se dé una relación de justicia sea necesaria la alteridad, sino además porque es la virtud que ha de regular la vida de los hombres viviendo en sociedad de tal manera que en las mutuas relaciones se respeten los derechos de todos los miembros de la colectividad, así como los de la sociedad como tal, que tiene también unos derechos dimanados de sus deberes como instrumento al servicio del perfeccionamiento individual.

Cuando se trata de ver el alcance de las exigencias de la justicia, incluso entre personas privadas actuando como tales, no puede prescindirse de la consideración de que se están fijando los deberes entre miembros de una sociedad, y que es precisamente el desenvolvimiento de la vida social el que ha dado lugar al establecimiento de unas relaciones que han de ser informadas por aquellas exigencias. Esto que se da siempre es, si cabe, más evidente en el caso de los precios. El precio surge al intercambiarse dinero por un bien o servicio. Es una forma evolucionada del primitivo procedimiento del trueque directo. Pues bien; tanto el trueque directo como el indirecto—en el que consiste la compraventa—que tiene lugar en el mercado, son una consecuencia necesaria de la división del trabajo, de la especialización, es decir, de un fenómeno social.

Los precios en sentido estricto surgen como consecuencia de las relaciones entre personas privadas, individuales o sociales; de ahí que, utilizando la terminología tradicional, caigan dentro del campo de la justicia conmutativa. Y nos parece es usual que al estudiar el ámbito de esta justicia se tenga presente, de forma más o menos implícita y exclusiva, el derecho de propiedad de las dos partes de la relación. Podemos conceder que el derecho de propiedad esté fundamentado en el derecho natural, pero añadiremos que también es de derecho natural

la sociabilidad del hombre, y que es un hecho natural la existencia de la sociedad. En el título exigitivo que puede presentar una persona privada frente a otra, y en el deber recíproco de ésta frente a aquélla—campo de la justicia conmutativa—, que han surgido como consecuencia de una relación nacida en el seno de la vida social y como consecuencia de un acto social, no puede prescindirse de una referencia al bien social, o, dicho de otra forma, habrá que tener en cuenta los deberes que como seres sociales, como miembros de una colectividad organizada, tienen los sujetos de esa relación, que es social. ¿Podría llamarse adecuadamente justo un precio si supone un entorpecimiento a la buena marcha de la sociedad? Sería utilizar un concepto de justicia que negaría la finalidad de esta virtud: regular debidamente la vida social.

DIMENSIÓN ÉTICA DE LOS PRECIOS

Pero antes de abordar los criterios de justicia de los precios es preciso dar un paso previo, y éste consiste en establecer la vinculación que pueda existir entre la formación de los precios y la ética. Porque es postura adoptada especulativamente por algunos y prácticamente por muchos más, de que la formación de los precios es una cuestión de hecho que afecta sólo al orden económico. Según esta concepción si hay algún lugar a unir el adjetivo de justo al sustantivo de precio, habrá que decir que precio justo es el que de hecho se forma en el mercado. No hay que decir que esta forma de ver el problema no puede ser compartida por el que tenga una visión plenamente humana, y no digamos cristiana, de la vida económica.

Una cuestión cualquiera afecta a la vida moral si es consecuencia o efecto de actos puestos libremente siendo previsibles esos efectos, y además quedan interesadas una o varias virtudes que forman parte de la norma de moralidad. (Prescindimos de la polémica de si son posibles o no actos humanos que sean moralmente indiferentes). La primera condición es evidente que se cumple, y de la segunda vamos a atender sólo a la virtud de la justicia.

Que un precio injusto lesiona la justicia conmutativa es algo tan universalmente admitido por los moralistas que no merece la pena insistir sobre ello. El precio injusto introduce un desequilibrio entre la prestación y la contraprestación, vulnerando así las exigencias de aquella justicia. Otra cosa más debatida y no tan clara será la del criterio de precio justo, del que hablaremos más tarde. Pero no sólo el problema de los precios es una cuestión moral porque con un precio injusto se puede lesionar el derecho estricto de una persona determinada; es que además, el recto funcionamiento de toda la sociedad humana depende, en su aspecto económico, en gran parte, de una constelación de precios adecuadamente formada. No son sólo las dos partes interesa-

das en el intercambio las afectadas por el nivel al que se forma el precio, es toda la sociedad la que tiene que ver en el asunto. Por lo tanto, es también, a nuestro juicio, un problema de justicia social, o de justicia del bien común tanto en el aspecto de justicia legal, como en el de justicia distributiva.

Con la aportación de todos los ciudadanos en cuanto son factores productivos, unos como trabajadores, otros como empresarios y otros como poseedores del capital, se produce el Producto Social de un país. Ese Producto Social se distribuye entre aquéllos a través del mercado. En el mercado de factores productivos se forman las rentas monetarias a través de las retribuciones de esos factores: salarios, intereses, beneficios, que son precios o diferencias de precios. Esas rentas monetarias son poder de compra frente al Producto Social, y la distribución monetaria se convierte en real en el mercado de productos con la intervención de los precios de los mismos, que a su vez generan la renta de los empresarios. Si un individuo, o un sector social, se beneficia de un precio desproporcionado, con lo que entrega, a cambio percibe una renta monetaria que le da derecho a una parte del Producto Social mayor que la que corresponde a su aportación a la producción del mismo, es natural que esto lleve consigo el que quede menos para otros, y aunque el perjuicio se diluya entre muchos miembros de la sociedad, no por esto deja de ser injusta la distribución. Queremos con esto afirmar que el desequilibrio en los precios entraña una falta de justicia y equidad en la distribución de la renta nacional, quedando con ello afectada también la justicia social.

LO INDIVIDUAL Y LO SOCIAL

Es evidente que, con todo rigor, se puede hablar de precios justos y precios injustos, pero es preciso hallar el criterio de justicia. Son conocidas las dos tendencias que se dan entre los moralistas en esta cuestión. Una, a la que vamos a llamar posición individualista, establece el criterio de justicia fijándose exclusivamente en la igualdad entre los bienes intercambiados. Según esto, el precio—una cantidad de dinero—será justo, es decir igualará en valor al del producto cuando sea igual al coste más un beneficio congruo para el vendedor. Se prescinde aquí de una referencia directa a cualquier sujeto extraño a la transacción y al bien común, muy en consonancia todo esto con la forma tradicional de interpretar la justicia conmutativa, que atiende siempre de una forma exclusiva a la objetividad de la materia de la prestación y contraprestación, prescindiendo de consideraciones subjetivas y de vinculaciones con terceras personas. Claro está que aun dentro de esta concepción, que llamamos individualista, hay una puerta abierta a las exigencias del bien común, y esta puerta es una apropiada interpretación de lo que se puede entender por beneficio congruo.

Pero hay otros autores que en el criterio constitutivo del precio justo introducen el elemento social o de bien común, como el P. Müller, al que citamos por vía de ejemplo: «El precio justo, para nosotros, será aquél que, expresando el valor de las cosas, regula su canje en la exacta proporción que pide el abastecimiento racional del cuerpo social en bienes y géneros de todas clases» *.

Nosotros vamos a tratar de exponer aquí tres puntos, pretendiendo aclarar un tanto no sólo cuestiones teóricas, sino además dar criterios de aplicabilidad práctica; y los tres puntos son: 1) La noción de precio justo no puede prescindir de tener una referencia al bien común. 2) Formas cómo pueden quedar tuteladas las exigencias del bien común y surgir precios justos válidos en conciencia, y 3) Posible puente entre la doctrina tradicional y el enfoque que se da aquí a la cuestión del precio justo.

PRECIOS AL SERVICIO DEL BIEN COMÚN

Para la demostración del primer punto nos vamos a basar en lo que más arriba indicábamos de que la moral económica y social no puede prescindir de encuadrar sus estudios y sus soluciones dentro de la realidad concreta que tiene que informar desde su punto de vista. Y de la realidad actual y del conocimiento que de esa realidad nos ofrecen las ciencias sociales vamos a fijarnos en dos cuestiones, en lo que el dinero es en nuestros días y en el papel que los mercados y los precios desempeñan en el proceso económico general.

Como se sabe, el precio no es más que el valor de la unidad de un bien expresado en unidades monetarias de cuenta. Para salvar la justicia del precio, y siguiendo la doctrina que hemos llamado individualista, es necesario establecer una igualdad objetiva entre el valor de un bien y el valor de una cantidad de dinero. Cuando el dinero estaba constituido por bienes que tenían un valor intrínseco, como los metales preciosos, tenía un pleno sentido el hablar de valor del dinero, y la igualdad había que establecerla, en el fondo, entre dos mercancías, de las que una desempeñaba el papel de dinero. En la época de los billetes convertibles en oro nos encontramos casi con el mismo caso, ya que lo que constituía inmediatamente el dinero, el billete, era una exigibilidad sobre una determinada cantidad de metal precioso, con su correspondiente valor intrínseco. Pero en nuestra época la cuestión es diferente, ya que el dinero está formado por billetes inconvertibles, y que no son más que un título de crédito «sui generis» contra el instituto emisor, y que tienen poder liberatorio de deudas únicamente por imposición legal, y por el dinero bancario que no es más que una exigibilidad a la vista contra los bancos depositarios convertible nada más que en dinero legal. Dentro de esta realidad el único sentido que tiene hablar de

* A. Müller, «La moral y la vida de los negocios». Bilbao, 1951, págs. 69-70.)

valor del dinero es hacer referencia a su poder adquisitivo, y el valor o poder adquisitivo del dinero está en relación inversa con el nivel general de precios. Es decir, es algo que no tiene sentido si no se hace referencia al conjunto de la vida económica del país; se trata, pues, de un concepto social.

Los fenómenos de la vida económica no son fenómenos aislados sin repercusiones mutuas, sino más bien elementos de un todo íntimamente relacionados entre sí. Y los precios no son una excepción de esta regla general. El mercado, a través de toda la constelación de los precios, realiza una función trascendental e insustituible—a no ser que se estructure la vida económica en régimen de total planificación central—en todo el proceso económico. Este se basa en la especialización y la división del trabajo, que exige como complemento necesario el mercado, y las transacciones en éste adoptan la forma de compraventa. La ordenación de toda la vida económica tiene que resolver estas dos cuestiones: adaptar la producción a las necesidades o deseos de la masa consumidora y realizar el proceso productivo con un criterio de economicidad, todo ello encaminado a la utilización más racional de los recursos existentes.

Y siempre que se conceda un cierto margen de libertad a la dedicación de los factores productivos y a la orientación del consumo, son los precios los que han de servir de guía en aquellas dos cuestiones, y siempre que el mercado funcione con ciertas condiciones de flexibilidad y libertad suficientes se alcanzan de forma casi automática a través de todo el sistema de precios.

Pero el equilibrio económico no es algo estático que se puede alcanzar definitivamente, sino que se trata de un equilibrio dinámico que va siempre en pos de nuevas situaciones óptimas a partir de nuevos datos constantemente modificados. De aquí que la economía de mercado en su dinamicidad exige una cierta flexibilidad en los precios, para que éstos cumplan con su misión de servir de guías a la adaptación de la producción a las nuevas situaciones originadas por los cambios de los gustos o de las demandas y a la distribución de los factores productivos, todo ello en las condiciones de mínimo coste posible. Unos beneficios altos que tal vez no puedan legitimarse con un criterio puramente individual de precio justo o beneficio justo, pueden desempeñar un papel en la readaptación de la producción siempre que sirvan de estímulo para un aumento de producción en el sector donde se originan—los beneficios altos son indicio de una producción escasa relativamente a la demanda—y tiendan a desaparecer a través del proceso de reajuste.

Juzgamos que no puede llamarse adecuadamente justo un precio que determinado con el criterio de coste y beneficio congruo impide con su rigidez el funcionamiento de la economía, o lo que es lo mismo: la consecución del bien común, siempre que otro precio sea más alto

aunque entrañe beneficios extraordinarios, sea un instrumento útil en la dinámica económica. Lo contrario supondría jugar con un concepto contradictorio de justicia.

De todo esto queremos sacar la conclusión de que el problema de los precios no puede ser un problema que pueda resolverse con criterios puramente individuales atendiendo al contenido objetivo de la transacción y sin hacer ninguna referencia al bien común. Incluso se podría preguntar qué sentido tiene ese contenido objetivo sin una relación a lo social.

PRECIOS DE MERCADO Y PRECIOS LEGALES.

Pasemos a la segunda cuestión sobre la forma de cómo pueden quedar suficientemente tuteladas las exigencias del bien común, y también los derechos de la parte más débil de la relación contractual, y de esta manera llegar a la formación de unos precios que sean justos, y por lo tanto obligatorios en conciencia. Aquí no podemos prescindir de la estructuración del mercado, pues nos parece que ella condiciona el cómo se han de alcanzar las exigencias de la justicia.

1) Si el mercado funciona en régimen de competencia perfecta y con apertura efectiva con respecto a los nuevos posibles oferentes, el precio en él formado habrá que presumirlo justo, mientras no se demuestre lo contrario, y los posibles beneficios extraordinarios que se puedan derivar de este precio cumplen una función social: la de servir de estímulo a un aumento de la oferta, bien por una parte de los anteriores oferentes, bien atrayendo nuevos oferentes del bien o servicio que se trate. Y por definición, y conviene insistir en ello, esos posibles beneficios altos han de ser transitorios, ya que el incremento de la oferta hará que descienda el precio formado en el mercado.

Otra cuestión es la de si, de hecho, este tipo de mercado tiene vigencia real en muchas ocasiones. Habrá que contestar que, probablemente y debido a diversas causas, los mercados no funcionan siempre con la flexibilidad suficiente para que se alcancen de forma cuasiautomática las exigencias de un recto ordenamiento de la vida económica, agravado esto por la consideración de que una distribución injusta de la Renta Nacional monetaria adultera la orientación de la demanda, que responde no a las necesidades reales de la masa consumidora, sino a los deseos respaldados por un efectivo poder de compra. De todas formas, si se cumplen las condiciones de este tipo de mercado, y habrá casos en los que sí se cumplirán, el precio en él formado es justo por razones de bien común en el sentido indicado.

Pero si, por la razón que sea, el mercado con su funcionamiento espontáneo no garantiza las exigencias del bien común y los derechos de las partes interesadas, habrá que introducir otra forma de tutelar aquellas exigencias y derechos y otro criterio de justicia. Es sabido que en

un régimen de monopolio o de cuasimonopolio los beneficios extraordinarios tienden a perpetuarse, sin que puedan cumplir con la misión que les asignábamos antes de readaptación de la producción a unos nuevos datos. El precio formado en este caso de un mercado que funciona sin la fluidez del que es verdaderamente libre, abierto y competitivo, no tiene por qué ser justo de por sí.

2) La tutela de las exigencias del bien común y de los derechos de la parte que pudiera salir perjudicada puede provenir de una actuación estatal correctora del mercado. Es sabido por política económica que las intervenciones públicas en materia económica pueden ser de dos tipos: indirectas, que inciden directamente sobre los datos, provocando indirectamente los efectos deseados, respetando el funcionamiento libre del sistema, o bien directas, que coartando la libertad individual imponen por vía coactiva el resultado apetecido. Se dice que siempre es preferible, en igualdad de circunstancias respecto a la eficacia, las medidas indirectas, por ser más respetuosas con la libertad de los sujetos económicos. Si el precio que se formaría en el mercado a partir de los datos existentes—la oferta y la demanda—no realizara el valor de la justicia, la autoridad podría provocar otro precio más justo indirectamente modificando esos datos. Esta forma de actuación estatal no presenta, como es natural, ningún problema especial de moral en cuanto a la obligatoriedad en conciencia del precio definitivo. Pero si esa actuación es imposible o insuficiente para conseguir el efecto deseado, puede la autoridad recurrir a la fijación directa de un precio legal que estima justo teniendo en cuenta los postulados del bien común. Y aquí sí que se presenta la cuestión, tratada desde muy atrás por los moralistas, de la obligación en conciencia de ese precio legal o de tasa. La cuestión es doble: si obliga en conciencia y qué virtud entra en juego.

La primera cuestión depende de esta otra, de si son justos, y lo serán si están exigidos por el bien común y respetan, hasta donde sea posible, la justicia distributiva. Lo que queremos decir con esto último quedará patente cuando veamos la virtud que interviene.

Partimos de que el precio legal está pedido por el bien común verdaderamente. Podemos hacer varias hipótesis. El precio legal—menor del que se hubiera formado espontáneamente, según las fuerzas del mercado—no tiene un carácter confiscatorio para el vendedor, sino que permitiéndole a éste cubrir sus costes externos y un beneficio normal, simplemente impide la formación de unos beneficios anormalmente altos. En esta hipótesis el precio legal obliga en conciencia por justicia conmutativa, con todas las consecuencias que respecto a la restitución implica su lesión, según todos los moralistas.

Otra hipótesis sería: el precio legal—pedido por el bien común—obliga al vendedor a vender con pérdida (reducimos a ella la ausencia de una ganancia normal); tiene, por lo tanto, un carácter redistributivo.

En este caso es muy justo y muy puesto en razón que, si es posible, procure el Estado compensar la pérdida que experimenta el vendedor y haga recaer sobre toda la colectividad el coste de la consecución de las exigencias del bien común. Si se diera esta compensación es evidente que también el precio legal obligaría en conciencia por justicia conmutativa al vendedor. Pero puede ocurrir que se de un precio pedido por el bien común que suponga pérdida para el vendedor y que no fuera posible la compensación. Entonces nos inclináramos a que el precio legal obliga en conciencia, pero probablemente solo por justicia legal. Obligaría en conciencia porque el Estado tiene facultad para redistribuir la riqueza cuando esto lo exige realmente el bien común sin solución alternativa.

3) ¿Y qué criterio de justicia se puede dar cuando ni la estructura y funcionamiento del mercado ni la actuación estatal—porque falta por la razón que sea—son suficientes para tutelar las exigencias del bien común y hay peligro de que el precio real sea especialmente gravoso para una de las partes sin ninguna razón social que lo pueda legitimar? A nuestro juicio es, en este caso, muy difícil precisar cuantitativamente las exigencias del bien común. De todas formas habrá que decir, en general, que el precio justo vendrá delimitado por el beneficio justo, y éste dependerá de lo que valga el servicio social prestado por el vendedor, y que ha de ser suficientemente remunerado para que alguien desempeñe esa función necesaria o conveniente para la sociedad. Ahora bien, el problema práctico reside en cómo o en cuánto se valora ese servicio, cosa nada fácil, pero sobre lo cual creemos que se puede decir lo siguiente.

Si el vendedor-oferente es una empresa de tipo personal, y el empresario dedica una actividad profesional normal a ella, habrá que decir que tiene derecho a vivir de esa actividad de acuerdo con las exigencias de su estado, por lo tanto será justo el precio que le proporcione un beneficio necesario para esto. Claro está, habrá que decir que siempre que desde el punto de vista del bien común esté legitimada la existencia de su actividad, lo cual no aparecerá con claridad en toda circunstancia. ¿Y qué decir del caso del empresario, que sólo puede vivir recargando mucho el precio? Pues probablemente que su actividad no está justificada socialmente o, que si lo está, esto ocurre por un defecto de la estructuración de la sociedad, de lo cual no siempre será responsable personalmente el interesado. Habrá que tolerar el caso desde el punto de vista de ese empresario, pero habrá que tender a una mejor ordenación social. El beneficio lícito del que hemos hablado aquí podrá legítimamente incrementarse si un empresario concreto presta un servicio especial a la sociedad en su función empresarial como innovador y asumiendo de riesgos.

Cuando la empresa no es personal, sino de capitales, el beneficio justo no puede hacer referencia a necesidades personales, por lo tanto

la limitación de beneficio deberá hacerse a base de porcentajes sobre el capital de la empresa, que dependerán también del servicio social prestado en cada caso concreto y que, en parte, estará en relación inversa con la abundancia de capital existente. Serán factores positivos en el cálculo del porcentaje: la fuerza innovadora, el riesgo corrido y la escasez de capital, y lo serán negativos: el grado de monopolio, la protección estatal y la abundancia de capital.

NIVELES MÁXIMOS Y MÍNIMOS DE PRECIOS.

Hemos intentado en estas líneas el relacionar el precio justo con el bien común y analizar en diferentes situaciones en qué pueden consistir estas relaciones, haciendo las aplicaciones oportunas. Decíamos que no nos agradaba como principio universal el criterio rígido de precio justo a base de consideraciones individuales cuando el funcionamiento dinámico de la economía exigía cierta flexibilidad del sistema de precios. Sin embargo, hay en la doctrina tradicional del precio justo cierta matización que, interpretada con alguna elasticidad, puede servir de puente de enlace con lo que decimos nosotros basados en las exigencias de la vida económica. Dicen los moralistas que el precio justo no es una cantidad matemáticamente definida, sino que varía entre dos límites, máximo y mínimo, es decir, que el precio justo no es un punto sino una zona acotada por dos niveles, superior e inferior. Pues bien; si hacemos a esa zona lo suficientemente amplia, tal vez algo más de lo que algunos pensaban, probablemente habremos conseguido satisfacer la exigencias de precios flexibles. Porque hay que tener en cuenta que en un mercado competitivo y abierto, único en el que los precios flexibles cumplen con una función social, los beneficios extraordinarios, derivados de precios altos, no sólo son, por definición, transitorios, sino además no tenderán a alcanzar, salvo raras excepciones, cotas muy elevadas.

Tenemos la sospecha de que a alguien la lectura de lo que venimos diciendo: aprobación ética en ciertos casos de las leyes del mercado, legitimación a veces de beneficios extraordinarios..., le puede parecer una doctrina excesivamente «liberal» en el peor sentido de la palabra. Pero permítasenos decir que esta impresión, si se da, está basada en una apreciación superficial de lo expuesto. Partiendo de una realidad existente, que no decimos que sea la mejor y que por lo tanto no haya que esforzarse en hacerla evolucionar, pero que mientras exista condicional la manera de alcanzar el bien común, el aceptar las leyes del mercado y legitimar transitoriamente los beneficios extraordinarios en algunos casos, que probablemente no serán muchos, se hace en razón de ese mismo bien común, que en esa estructuración social y económica no se puede alcanzar mejor por otra vía. Y lo mismo en estos casos como en los demás de intervención estatal o de limitación de beneficios de

acuerdo con la función social desempeñada por el empresario oferente, hemos intentado siempre fundamentar el criterio de precio justo en los postulados de un recto funcionamiento de la sociedad, es decir, en las exigencias del bien común.

MÁS ALLÁ DE LA JUSTICIA.

Hemos empezado diciendo que la justicia no agotaba el problema de la moralidad de los precios; sin embargo, todo lo expuesto luego se orientaba hacia la búsqueda del criterio de precio *justo*. Esto sólo podrá parecer a algunos—y, sin duda, con razón—demasiado mezquino si nos enfrentamos con la vida de los negocios con una visión auténticamente cristiana. Y no sólo diríamos que es incompleto a un nivel ascético, de consejos o de supererogación, sino incluso a un nivel más bajo, a nivel puramente moral, tal como se entiende usualmente la moral como comprensiva de los preceptos obligatorios bajo pecado. Sobre algunos empresarios—tal vez sobre muchos—pesan verdaderos deberes morales de hacer que sus empresas cumplan con finalidades sociales de carácter especial; sea porque sus patrimonios tienen fuente un tanto dudosas o simplemente proceden de ahorros de renta superflua. Estos deberes serán de justicia social, de caridad, o de lo que sea, pero son verdaderos deberes morales. Hemos dicho que un beneficio extraordinario en ciertas circunstancias puede no ser injusto por exigencias del desenvolvimiento de la vida social, pero eso no quiere decir que un empresario concreto no tenga tal vez un deber de caridad de prescindir del mismo en casos concretos, lo cual no tiene por qué obstaculizar el reajuste de la vida económica.

Y todos los empresarios tienen que incorporar a su actividad la idea cristiana y evangélica de servicio, uno de cuyos frutos podría concretarse en una limitación de beneficios. El móvil y motor de la vida económica es de hecho el lucro, y reducir el problema moral del precio sólo al aspecto de la justicia es pretender exclusivamente hacer compatible la justicia con el máximo lucro posible, y no que sean incompatibles. Pero una sociedad que aspire a hacer sitio a los postulados y exigencias del Evangelio creemos que ha de inspirarse en algo más que en el móvil egoísta del beneficio.