
El comerciante y su función social*

Guillermo Malavassi**

I

La dignidad de la persona y sus derechos

La persona humana tiene derechos anteriores y superiores a toda ley positiva.

Nacen estos derechos, sean individuales o colectivos, de la naturaleza humana, inteligente y libre.

El ser humano es tan social, que es casi inconcebible sin los otros que han hecho posible su existencia. Más a la vez es tan individual, que no hay, ni ha habido ni habrá una persona igual a otra.

Proceder conforme a la propia iniciativa es ser fiel a la naturaleza humana expresada en cada uno: sustancia individual de naturaleza racional, lo más perfecto que existe en la naturaleza.

Ser-con-otros, realizarse con otros, es ser fiel a la naturaleza humana en su vertiente que llamamos social. Ello comporta muchas cosas: la entera historia humana. Es dar y recibir, sin medida. Cada uno actuando, como es deseable, según su propia vocación que, providencialmente, hace posibles las tareas diferenciadas, por haber aptitud innata para ellas; ello explica la diversidad de profesiones y oficios, es decir, toda la brillante manifestación del multiforme espíritu humano.

* Discurso en el IV Congreso Nacional de Comerciantes Detallistas, 26 de julio de 1998

** Catedrático de Historia del Pensamiento desde 1957. Ex Ministro de Educación Pública, ex Diputado, cofundador de la Universidad Autónoma de Centro América. Rector de ella desde 1976. Autor de varios libros y muchos artículos. Comentarista radial de PANORAMA desde 1982. Comendador de la Orden Civil "Alfonso El Sabio". Grand'Ufficiale DeirOrdine al Mérito de la Repubblica Italiana. Oficial en la Orden de las Palmas Académicas de la République Française. "Galardón Democracia y Libertad" de la Cámara de Comercio de Costa Rica. Doctor h. c. de la Universidad Autónoma de Centro América, mención Magni Docendi Libertatis Defensor. Doctor h. c. de la Universidad Magister. Cofundador de la Unión de Rectores de las Universidades Privadas de Costa Rica (UNIRE). <http://www.uaca.ac.cr/ugmalavassi/>

Ello llega a darse mediante la comunicación en todas sus formas: civilización, bienes de la cultura, intercambio, hablar, entender, presentar lo visto o inventado, servir y ser servido... En el caso del comerciante, comerciar.

La persona en el mundo del comercio

La vida económica comprende las relaciones humanas que tienen por fin la adaptación de los recursos terrenos a las necesidades y aspiraciones humanas.

Como los fenómenos económicos son del dominio humano, del reino del hombre, su interpretación exige un conocimiento tan certero como sea posible de la naturaleza humana -recordando lo que decía Blaise Pascal: que el hombre supera infinitamente al hombre- lo mismo que de los factores imponderables de orden psicológico y moral que afectan la actividad humana. En todo ello ha de intervenir una filosofía de la persona, implícita o explícita, que haga recordar el origen, destino y valor de los seres humanos con respecto de los demás y las relaciones de los hombres entre sí.

El uso del derecho de propiedad, de los bienes productivos y de la capacidad de intercambiar que a lo largo del tiempo cristalizó en el comercio, es algo legítimo. Pero el sentido de la convivencia y la ponderación del sentido de la vida relacionan todo aquello con la obligación de fraternidad -que es el primero de los derechos humanos-, con la justicia -que dispone dar a cada uno lo suyo y que obliga a diferentes sujetos según se trate de la justicia conmutativa, de la distributiva y de la social- lo mismo que con el ejercicio de la caridad en su sentido evangélico de poner por obra lo que es bueno y útil para el prójimo, de actuar conforme a la disposición del ánimo de que "lo mío es tuyo", y con la práctica de la magnificencia, que es la liberalidad para grandes gastos en beneficio de otros y la disposición para realizar grandes empresas.

En esta visión, la iniciativa privada, ya individual o ya asociada, no puede ser limitada más que en la medida en que lo exija, con toda evidencia, el bien común. Porque importa mucho, en efecto, conservar los dos grandes estímulos de la producción y el comercio, que son la perspectiva del acceso a la propiedad y la concurrencia legítima. Es por ello que sólo en caso de guerra o de escasez nacional o de abusos graves y manifiestos, el Estado tiene, no sólo el derecho, sino el deber de instaurar un régimen especial que tenga por fin impedir los acaparamientos y las especulaciones que lesionan al prójimo, sobre artículos de consumo indispensables.

El valor es la expresión de un juicio del espíritu formulado para fines eminentemente prácticos, a propósito de las diversas operaciones humanas que intervienen en la vida económica: venta, arriendo, contrato de trabajo, aportación a una sociedad, partición.

Todo acto de este género da lugar necesariamente a un juicio de valor en el momento en que se fijan el precio, la renta, el salario, etc.

Se llama precio al valor de intercambio de los bienes expresado en dinero.

De manera natural se determina el precio de una mercancía por la oferta y la demanda (es el precio usual). Como oferta y demanda no están fijadas para siempre, resulta de ello una vacilación o variación del precio natural según lugares y tiempos.

En circunstancias especiales como algunas citadas, el precio de una cosa puede ser fijado por la autoridad (es el precio legal).

Para las cosas que, por raras y curiosas, están fuera del comercio corriente, no existe precio usual ni legal, sino concertado o convencional.

Justo valor es el que expresa exactamente aquello que puede legítimamente pretender cada uno de los contratantes.

En principio no hay más valor que el valor justo. Toda expresión de valor que proviene de un juicio equivocado, de una tiranía, de una violencia... no es más que falsificación de valor.

El hecho de que un precio sea demandado y pagado, no es bastante para que sea justo.

El precio de una mercadería debe mirarse como justo, cuando corresponde a la prestación que aquella supone. Esta prestación puede estimarse aproximadamente con los costos. Recto y justo en la economía social es el precio natural, es decir, el que cubre los costos justificantes.

Al par de los precios legales, en los demás casos el justo precio se debe fijar o se fija por la estimación común. Esta resulta de una especie de juicio colectivo a cuya formación han contribuido, con relativa igualdad, todos los interesados. Por ello conviene organizar la estimación común y promover la ocasión para que las partes en presencia (productores, intermediarios, consumidores) puedan hacer valer sus intereses y sus puntos de vista, tratando de buscar el bien de todos sin perjuicio para nadie.

Como en la determinación del justo precio intervienen diversos factores variables, no puede establecerse con exactitud matemática, sino sólo determinarse aproximadamente. De allí que el justo precio tenga cierto espacio de juego entre un límite superior y otro inferior, que resulta de la regulación del comercio o intercambio.

En la práctica, puede uno atenerse al precio usual o a un eventual precio legal, con serenidad de conciencia, cuando no esté en desproporción clamorosa con el verdadero valor de la mercancía.

El comerciante: su función económica y social

Cuando hablamos del comerciante nos referimos a la persona, natural o jurídica, que desde el comienzo de los tiempos de que apenas se tiene noticia, se dedicó a lo que, ya en épocas más conocidas, exigió capacidad requerida por ley, para efectuar en nombre propio, habitual o profesionalmente, la creación y conquista de mercados y la satisfacción de innumerables necesidades humanas mediante la distribución de los adecuados bienes y servicios. Ello ha comportado y comporta muchísimas tareas y funciones exigentes de iniciativas y ánimo emprendedor, necesarios para desarrollar y transferir, de la producción al consumo, un flujo continuo e inagotable de bienes y servicios.

La historia del comerciante y del comercio está intrínsecamente ligada a la historia de la humanidad.

Es impresionante, por ello, recordar las funciones económicas y sociales del comerciante y del comercio. Veamos:

- Posibilidad de disponer de un producto en el momento en que lo necesita el consumidor (función de hacer algo útil en el tiempo); vencer la dificultad de la separación entre el consumidor y el producto (función de hacer algo útil en el lugar); seleccionar, preparar, fragmentar, envasar y otras operaciones (que significan la función de dar la forma útil a los bienes que se necesitan); hacer posible que se realice una transacción beneficiosa por las dos partes (función de hacer útil la posesión del producto).

- En relación con la agricultura, en vista de las condiciones propias de los productos, el comercio sirve de regulador y amortiguador del riesgo del agricultor. En este campo efectúa una función social de inapreciable importancia para toda sociedad.

- Respecto de la industria, tanto ayer como hoy, sea el comerciante mayorista que financia, provee materias primas y compra en forma contractual productos acabados, como el minorista que acerca innumerables, hermosos y utilísimos bienes a sus clientes, poco podría la industria sin el comerciante que lanza con valor y esperanza los productos industriales en los inmensos y difíciles mercados de operación riesgosa y exigente. Es obvia la gran importancia de esta función social.

- En lo que se refiere a los consumidores, el comerciante se prodiga en funciones y servicios: compra, selecciona, elabora, embala, transporta, almacena, informa, hace publicidad, financia, vende, crea consumo. Tan habituados estamos a esta recepción de tantos y tan importantes servicios que suele surgir la ingratitud de la rutina, porque entonces solo valoramos tales bienes, cuando los perdemos.

- La estabilidad de la sociedad depende en gran medida de la expansión del grupo social de los comerciantes. Gran función social y política.

Aspectos éticos en el ejercicio del comercio

Además de lo que se deriva de lo expuesto, importa recordar que el comercio siempre ha sido considerado un medio lícito de subvenir a las comunes

necesidades y de procurarse así un modo honrado de atender al sustentamiento propio y de la familia.

El servicio que presta a la comunidad el comerciante honrado no es menor ni menos acreedor a justa recompensa que el que proporcionan otras profesiones. Conviene decir esto claramente, porque suele surgir, con frecuencia, la envidia respecto del comerciante que pasa de lo poco a lo mucho, la que se desquita suponiendo que el enriquecimiento ha sido mal habido.

Debe comprenderse que no es posible ni práctico que todas las personas y todas las familias dispongan del tiempo y del ingenio requeridos para procurarse por sí mismas el cúmulo de vituallas, enseres y elementos que el comer, vestir y una decente habitación demandan: este importante menester queda servido por los profesionales del comercio. Ellos proveen a los demás de todas estas cosas, siendo entonces la justa retribución del profesional, en este caso, el equivalente, computable en dinero, del servicio que se presta, de las molestias que se ahorran y hasta de las necesidades que se remedian

El problema por dilucidar -ya ha sido dicho- es el del justo estipendio del trabajo que se impone al comerciante para servir a la comunidad en su misión específica. Si el estipendio es justo, moralmente buenas serán su función y su ganancia; si no lo es, ilícita podrá ser su ganancia y ello restará gloria al modo de ejercer su función.

Antes de establecer una actividad comercial deben considerarse las posibilidades de hacer frente a toda contingencia previsible, sin comprometer la conciencia ni en fraudes ni en operaciones ilícitas.

La ganancia lícita sólo podrá ser la que surja del justo precio, sea cuando hay establecido un tanto por ciento de ganancia legal o la justa estimación marque un límite a la conciencia. Todo beneficio superior ha de evitarse o rebajando precios o aumentando sueldos o, cuando tal exceso resulte de una conjunción favorable e inevitable de concausas en provecho del bien común, recordando que después de Dios no hay bien mayor para la sociedad que éste. Así puede emplearse el exceso en gratificaciones, facilidades para utilidad exclusiva de los empleados o clientes, etc.

En cuanto a las operaciones comerciales, el primero y principal deber es no realizar ninguna cuya licitud no esté garantizada. El carácter ilícito puede surgir por el objeto torpe o por el modo en que se lleva a cabo.

Es inmoral todo acuerdo intercomercial entre los del mismo gremio que tenga por fin la explotación del consumidor o impedir el saneamiento o mejora de precios y condiciones de venta favorables de veras al consumidor.

Todo engaño manifiesto respecto del precio y de la calidad de la mercadería objeto de transacción comercial, comporta connotaciones de robo.

Todo engaño procurado mediante una propaganda que no resista la prueba de la verdad, es inmoral.

Con los subordinados del comerciante, hay la obligación de la justa retribución por sus labores, respeto de jornadas y días de descanso y vacaciones pagadas, observación estricta de las leyes sociales que tutelan beneficios para aquellos. Ello sin perjuicio de instar a que las instituciones de la seguridad social cumplan su papel como se debe o de que se busquen formas alternativas de realizar esa protección.

La humanización del trabajo, en que la fraternidad y la justicia deben procurar la común edificación, es deber primordial. Porque suele darse en el ejercicio de las tareas comerciales gran relación entre jefes y subordinados, en cierta intimidad de acción, que ha de ser ocasión para el acrecentamiento integral de las personas.

Desde la perspectiva en que me ubico, ha de procurarse en todo este conjunto de actividades comerciales lograr un ambiente de trabajo cristiano, en el cual todos se sientan incitados al bien y tengan a verdadero honor actuar conscientemente por la perfección propia y la ajena, en lo profesional, familiar e individual.

Hay los deberes de justicia y fraternidad con los clientes, como se desprende de todo lo expuesto, que imprimen su huella particular al comerciante honorable.

Deseo recordar, a propósito de la caridad del comerciante, la historia de las libretas. Sobre todo, en la época anterior al Código de Trabajo, cuando con harta frecuencia a muchos jornaleros no alcanzaba su escaso jornal para ver por su esposa y sus hijos

pequeños. Muchas veces, por más que se estiraran los pocos colones y el raquíctico "diario", la comida a duras penas llegaba a cubrir cinco o seis días de los siete de la semana. Quedaba siempre un déficit, un saldo de hambre insatisfecha, imposible de cubrir. Con frecuencia los pulperos abrían una libreta, sin mayores formalidades, que era el libro de la vida de los pobres. Allí se anotaba, con confianza y sin mayores garantías, lo que llevaba el pobre para los días en que no alcanzaba el jornal. Algo se abonaba los fines de semana. Pero lo corriente es que siempre quedaba un saldo en contra del pobre, saldo que no devengaba intereses y que, con toda seguridad, de vez en cuando los pulperos de corazón generoso los liquidaban en gracia del amor a los más pobres de sus clientes. El recuerdo de esos corazones que hicieron posible la vida de muchos hogares muy pobres debiera siempre estar presente en el espíritu de los comerciantes para contribuir a humanizar su importante función social.

Conclusión

El modo antiguo de pensar atribuyó al dios Mercurio ser el dios del comercio. El viejo y siempre joven Mercurio, en la raíz de cuyo nombre aparece el término *merx*, que significa mercancía. Mercurio se identifica con el Hermes griego, al que se lo representa calzado con sandalias aladas, cubriéndose la cabeza con un sombrero de ancha ala y empuñando el caduceo, símbolo de sus funciones de heraldo de los dioses. Este personaje mitológico guiaba a los viajeros por los caminos, velaba por los pastores, participó en innumerables aventuras y en todas demostró un ingenio admirable que lo llevaba a superar todos los problemas y a ser muy amado de los dioses.

El comerciante será el siempre ingenioso; el que a veces ni duerme ni gana; pero siempre mantiene vivo su afán de comerciar. Si le va bien, sólo Dios sabe a costa de cuántos esfuerzos intelectuales y físicos, congojas y desvelos, con frecuencia la envidia lo juzgará mal. Si no le va bien, nadie le resarcirá de sus pérdidas totales. Si uno o algunos comerciantes actúan mal, todo el gremio será juzgado por aquel o aquellos que se salieron de la ética del comerciante. Esa es la ambivalencia del comerciante y del comercio.

Los tiempos traen novedades que alteran el estilo tradicional de comerciar. Sin la menor duda los comerciantes de vocación deben enfrentarse con audacia y optimismo a tales cambios, porque el

comercio es algo del mayor interés para la sociedad. Porque sin los comerciantes la vida humana sería triste y acabada.