

CARTAS A LA REVISTA

HEMOS recibido recientemente este reparo de un industrial de Madrid: "He leído con sorpresa en el *Diario Informaciones* una síntesis periodística de la Conferencia que el 3 de mayo dió el P. Sánchez Gil sobre la *Moral de la Práctica de las Comisiones en los negocios*. Encuentro la primera columna no poco obscura; pero la razón de consultarle es la claridad con que hacia el final se habla de que puede el Gerente Católico en algunas circunstancias algo difíciles para su Empresa ofrecer cuantiosas comisiones al Consejero de quien depende que se acepte el servicio suyo, en competencia con otras propuestas, que también ofrecen comisiones. La verdad, me ha parecido una proposición un tanto laxa, que no me atrevería a practicar. ¿Tengo razón en mis dudas?"

* * *

No tenemos a la vista el texto de esa recensión de *Informaciones*, pero en cambio poseemos otro más interesante, y es la misma Conferencia escrita por su mismo autor (1). No nos atreveríamos a dictaminar de la seguridad teológica de la síntesis del *Diario madrileño*; pero sí podemos refrendar la precisión y el sentido de la realidad con que el P. Sánchez Gil ha abordado un tema tan espinoso, y hasta cierto punto tan nuevo. Le ofrecemos el conjunto de sus ideas en una recensión quizá más larga, pero sin duda fiel y acertada.

Quien tiene que colocar su trabajo o sus productos ha de

(1) Recientemente publicada por Ed. Aletó, Libertad, 15. Madrid.

esforzarse por conseguir un mercado acogedor, una clientela segura. Es a veces más laborioso dar salida al producto que darle vida.

¿Medio infalible? *Cultivar* a los clientes actuales y a los posibles satisfaciendo la codicia ajena, que a veces es también necesidad. Pero no con una cantidad otorgada a la casa para quien compra, sino con un donativo *personal* al mandatario que en nombre de su empresa ha de comprarnos o ha de aceptar nuestra propuesta.

Generalizada la costumbre nos vienen dos consultas sobre un mismo problema de la moralidad de las comisiones, aunque desde puntos de vista opuestos.

Uno: "A mí es que me lo dan; no lo pido, y por otra parte no defraudo a mi Empresa; a ella no le harían la rebaja; además, todo el mundo da y recibe comisiones". ¿Podrá en conciencia quedarse con ella?

Otro: "Yo no quiero ofrecer comisión; pero me la exigen; la competencia la otorga, y espléndida; si yo no la doy, no vendo". ¿Puede otorgarla?

Hay, pues, una situación moral de quien recibe la comisión (comisión pasiva), y una situación moral de quien la ofrece (comisión activa). Ataquemos la primera.

Nos referimos al Jefe de Compras, Mandatario o Consejero Delegado que están encargados por sus respectivas Industrias de adquirir un material o escoger entre diversas propuestas. Y suponemos que se encuentra debidamente retribuido por parte de su propia Empresa. Dejamos, pues, en paz a los comisionistas, corredores y demás gestionarios a quienes se les retribuye con un tanto por ciento del volumen de venta: Es un trabajo perfectamente legal y moral.

También dejamos al margen el caso de un Jefe de Compras, Mandatario o Consejero que estuviese insuficientemente pagado por su propia Empresa. Entonces se podría tolerar la compensación proporcional mediante estos descuentos, aunque abominando de tales situaciones que inducen a conseguirse uno su pan por caminos turbios y sumamente peligrosos, que no deben emprenderse sin consultar.

Fuera de estos casos nos vamos a ocupar de la moralidad

de la verdadera comisión pasiva en sus dos hipótesis:

Para retener cualquier bien hay que poseer un título que confiera el derecho. El único que puede invocar quien se ve favorecido con un descuento personal, es de donación: Son más las 5.000 pesetas porque me las han dado. ¿Será esto verdad?

Si la Empresa a quien compra los artículos o servicios deduce de sus *legítimas ganancias* un moderado porcentaje en favor del intermediario que les compra, entonces se puede hablar de que se trata de una donación. En tal caso la Empresa vendedora da de lo que es suyo, del margen de sus *legítimas ganancias*; por parte de ella, podría ser una donación lícita, lo mismo que el descuento que, a su vez, hace el librero a sus asiduos clientes. Pero, ¿será también lícita la aceptación?

Si uno adquiriese para sí mismo, no hay duda de la licitud; si compra para un tercero, existe un peligro intrínseco de vinculación o claudicación, porque "los dones, dice la Sagrada Escritura, pervierten el corazón de los mismos justos". Por razón de este riesgo resulta inmoral —aunque no injusto— recibir esas comisiones que suponemos que provienen de las *legítimas ganancias* de las Empresas que las ofrecen.

Todos instintivamente consideramos la honorabilidad de quien las acepta, en tela de juicio. Hay un sentimiento universal de recelo que empaña la virtud del hombre que se ha aislado con una mujer. El mismo sentimiento de recelo se da sobre el que se teme que pide o recibe comisiones. Y esta duda universal que irreprimiblemente surge, es una clara señal de que la acción es turbia y, por tanto, rechazable.

Pero si la comisión —como generalmente ocurre— se grava sobre los artículos, recayendo su peso sobre la sociedad, entonces el recibirla es injusto, además de inmoral: porque no hay derecho a disponer un particular de los bienes de la Sociedad o Comunidad, enriqueciendo a unos pocos por una gestión que ya está dignamente retribuida por la Empresa para quien la hace. Quienes finalmente sufren ese encarecimiento de vida son las clases modestas y pobres.

Es lástima que las estructuras económico-administrativas sean tales, que reserven a unos pocos un puesto alcanzado por naturaleza o "por gracia", del que pueden extraer cantidades ingentes de la sangre económica nacional. Las estructuras es lo que hay que atacar, más que sus amargos frutos.

La conducta, pues, que seguir es clara: Rechazar toda clase de comisiones, y si por inadvertencia o por un fenómeno de política de hechos consumados se encontrase uno con ellas, pasarlas a la propia Empresa, de modo que en la fase siguiente, subsanado el recargo de precio que en virtud de la comisión llevaba el artículo, se deshaga el daño del encarecimiento del artículo.

Si se teme que la Dirección de la propia Empresa va a desviar de su legítimo cauce empresarial la comisión en provecho de unos pocos, o si el clima de desaprensión moral hiciese contraproducente el gesto de quien la devuelve, habría que buscar el cauce de la beneficencia. Y esto en justicia. Porque si el perjuicio no se deshace en las fases de la manufacturación del producto, los verdaderamente perjudicados son los ciudadanos: a ellos, pues, debe en justicia llegar la satisfacción.

Téngase en cuenta, además de las obras de caridad materiales, las espirituales e intelectuales.

Procúrese siempre evitar en la propia Empresa la impresión de benditez, escrupulosidad y compasión. Ese modo de actuar daña a la Iglesia. No digo que dejemos de obrar rectamente por respetos humanos, sino que hay que hacerlo de modo que, no sólo nos venzamos a nosotros, sino que venzamos a los demás en nuestra victoria moral.

Finalmente advertimos que sería una exageración, en ocasiones rechazar sistemáticamente todo regalo pequeño en que, en realidad, se tratase simplemente de una delicadeza en fechas especialmente felices. Claro que tiene que ser un "detalle" de atención, y por detalle, de valor casi meramente simbólico.

Si es malo recibir comisiones parece obvio que lo será el ofrecerlas puesto que sería cooperar a una acción inmoral, cuando no injusta. Sin embargo, hay circunstancias que nos

fuerzan a pensar que puede tolerarse moralmente el ofrecimiento de una comisión para que nuestros artículos o servicios sean admitidos.

La Moral permite la defensa contra los injustos agresores. Puede un portero entregar las llaves al ladrón que le amenaza con el revólver, aunque con ello coopera *materialmente* al robo de las alhajas de la señora. De semejante modo, supuesto que haya competencia, que las demás casas las ofrezcan; que casi todos los clientes las aceptan, y, sobre todo, que las exigen, en tales circunstancias el comprador es equiparable a un agresor que no nos compra, sino en cuanto simultáneamente nos roba. Si en estos adjuntos el católico no pudiese ceder a la fuerza otorgando su comisión, los negocios caerían en manos de los indeseables, con mayor perjuicio para la sociedad.

Ya se entiende que junto a estas circunstancias tiene que darse un peligro importante de quiebra o quebranto de la Empresa que "se deja robar" la comisión. Se ha de procurar además, en lo posible, endosarse parcialmente la cantidad de la comisión a sí mismo, de modo que la Comunidad no cargue sino con el peso que la Empresa no puede ya tolerar. Y de esta manera el daño que de todos modos iba a recaer sobre los ciudadanos, se ha aminorado. Solución perfectamente moral, ya que la Etica nos enseña que es lícito aconsejar un mal menor en evitación de un mal mayor.

En resumen, con las comisiones pasivas hay que ser estrictamente rigurosos, de modo que salvo los pequeñísimos regalos se considere todo lo demás como inmoral, cuando no como injusto.

Con las comisiones activas hay que ser comprensivo, al tratarse de difíciles circunstancias que fuerzan a dejarse robar por los mandatarios, tramitadores, Jefes de Compras o Consejeros, de quienes depende la aceptación de los artículos o trabajos.

La razón de la severidad con quienes las reciben es que su ambición —aliada a veces con su indignancia— es la causa que obliga a los buenos a "dar" (entiéndase, a "dejarse robar") o a arruinarse en sus negocios.