

EL PRECIO FIJO Y EL REGATEO

Las naciones donde los principios de la moral y la buena educación y la cultura constituyen la norma de la vida mercantil, han establecido como una costumbre, por todos respetada y de práctica general, el *precio fijo* en los establecimientos donde se venden al por menor los artículos de comercio.

En España, país poco adelantado en materia de cuestiones comerciales y que marcha también á la zaga en los demás órdenes de la civilización, no ha podido aún arraigar esta buena costumbre, pues entre los pocos comerciantes que aceptaron el *precio fijo*, raro es el que respeta y cumple de veras y en absoluto tan sabia y saludable forma de contratar.

Los compradores y los vendedores, sin saber ó sin parar mientes en que la buena fe y la verdad son circunstancias que por modo indispensable deben presidir todos los actos de comercio, proscriben el *precio fijo* y recurren al *regateo*, inspirados en la idea de obtener ventajas por un procedimiento que sólo puede producir perjuicios para las dos partes contratantes. El público regatea el precio porque pretende comprar las cosas por menos de lo que valen, y los comerciantes, en cambio, conociendo de antemano el valor comercial de los productos y que ha de ser discutido el precio á la hora de la venta, proponen las operaciones á un tipo excesivo y no se deciden á vender sino cuando la oferta del comprador les proporciona una positiva ganancia. El comprador, á su vez, queda satisfecho por haber adquirido la mercadería por la mitad de lo que el comerciante le pidió al principio.

¡Funesta equivocación de los unos y de los otros! El *regateo* es una porfía, una discusión que siempre deriva perniciosas consecuencias para el comprador y para el vendedor; el *regateo* es contrario á los fines esenciales é inmutables del comercio, y por eso jamás podrá ser fuente de bienes para las personas que intervengan en los contratos mercantiles. El comprador que regatea, como ignora ó desconoce, de ordinario, el valor real del artículo que trata de comprar, no puede ganar nada con el *regateo*, porque carece de la base ó fundamento para un cálculo prudente y acertado y ha de hacer la oferta por mera hipótesis y á la ventura, sin datos lógicos, aritméticos ni comerciales. El comerciante, por su parte, aunque merced al *regateo* logre algún beneficio sobre el precio ó valor comercial calculado, no alcanza en definitiva verdadera ventaja, pues la pérdida del tiempo invertido en regatear, iguala, si no supera, en valor á la ganancia que implica la demasía del precio que cobró.

El *precio fijo* representa los gastos de producción; el lucro que corresponde al productor para que halle beneficiosa la industria y pueda continuar los negocios; los gastos de transporte; la comisión ó premio de corretaje cuando intervienen intermediarios, y el beneficio que ha de obtener el comerciante como interés del capital empleado y remuneración del esfuerzo que necesita el ejercicio del comercio. Y todos los temores que pueda sentir el comprador por lo que se refiere á los abusos ó excesos de los comerciantes al determinar el precio fijo de cada mercancía, son en puridad vanos y pueriles; porque la fijación del precio no puede hacerla el comerciante á su arbitrio, sino teniendo presentes los citados elementos y otros que integran el valor comercial de los géneros, así como las circunstancias especiales que concurren en cada mercado en las distintas épocas. Además, la competencia, ese afán vivísimo y constante de vender, sentido por todos los que comer-

cian, es el mejor nivel del precio para los productos de la misma especie y de igual calidad. Si un comerciante tratase de vender determinados artículos á precios que le reportasen un lucro excesivo, gravando sin consideración los intereses del comprador, los demás comerciantes de la plaza impedirían que continuaran los abusos por el único medio de segura eficacia: vendiendo los mismos géneros á precios más bajos.

Con el precio fijo se simplifican y hacen más nobles todas las operaciones de compraventa; el comprador, teniendo á la vista el objeto con el precio á que se puede adquirir, no tiene más que cerciorarse de la clase de la mercancía y, si le conviene, aceptarla y pagar por ella el precio, con lo cual no hay peligro de fraude y queda terminado el contrato sin dilaciones ni molestias; el vendedor opera con rapidez, economiza el tiempo que tanto le apremia en la complejidad de asuntos que abraza su comercio y que ha de resolver de prisa, y tiene la certeza de haber vendido en condiciones favorables á sus finanzas.

El precio fijo es la fórmula de la verdad y de la buena fe que sintetizan la moral y el derecho en la noble profesión mercantil; el *regateo* es signo de dolo, de intención aviesa de un espíritu egoísta que persigue beneficios tratando de cercenar los intereses ajenos.

Mandad vuestros talones de ferrocarril

á la AGENCIA ECHAVARRÍA

SOCIEDADES COOPERATIVAS

POR FRANCISCO BLASCO CONSTANS

Cooperar, según el Diccionario de la Lengua, significa operar de consuno, contribuir con otros á la misma operación, obrar de concierto. Este concepto nada en verdad expresa, ni puede servir para diferenciar estas sociedades de las demás, porque en todas se proponen los socios ayudarse mutuamente y cooperar á la consecución del fin social. Por esta razón, tendremos que acudir á otros caracteres particulares de esta sociedad para penetrar bien en su concepto.

Las sociedades cooperativas pueden ser de producción, de crédito y de consumo.

En las primeras los asociados se proponen la explotación de uno de los ramos de la industria fabril ó agrícola, cuyos productos se reparten entre todos en razón directa de sus capitales y habilidad de cada uno, y cuya utilidad es mayor por la supresión del empresario y capitalista.

Las de crédito producen muchos beneficios á los obreros y clases modestas, que no pudiendo acudir al capital para que les preste lo que necesitan para sus atenciones urgentes, porque sólo lo hace á personas de sólidas garantías ó en condiciones muy onerosas, encuentran en la asociación eficaz remedio á sus desdichas, porque su fondo social, formado por pequeñas aportaciones, presta á sus socios con sus propios fondos y los de sus compañeros, librándolos de la miseria ó de la usura.

Las de consumo se dirigen á suprimir el comerciante al por menor, acudiendo directamente al comerciante al por mayor, ó al mismo productor, con el fin de que recaiga sobre los asociados el beneficio que aquél habría de obtener vendiendo á los socios al precio de coste.