

02

El precio verdadero

Cómo se decide un precio sin mercado ni decreto.

VALOR DE ESTE CUADERNILLO

El interés por el otro

01 — LO QUE NO ES

Empecemos otra vez *por lo que no es*

«Precio verdadero» es hoy una expresión de moda. La usan supermercados europeos, fundaciones de sostenibilidad, sellos de comercio justo y campañas de consumo responsable. Casi ninguno de esos usos coincide con lo que Rudolf Steiner quiso decir cuando formuló, en 1922, su idea de un precio verdadero.

La confusión no es un detalle de vocabulario. Si creemos que ya sabemos qué es un precio verdadero, dejamos de preguntarnos quién lo decide y cómo. Y esa es justamente la pregunta de este cuadernillo.

Mito y realidad

LO QUE SE CREE

LO QUE ES

El precio verdadero es el precio de mercado más los costos ocultos (contaminación, salarios bajos, pérdida de biodiversidad).

Eso es lo que propone la organización **True Price**, fundada en Ámsterdam en 2012 por Adrian de Groot Ruiz y Michel Scholte, con un estándar y una metodología abiertos. Su pregunta es legítima: ¿cuánto daño esconde este precio? Pero su método es otro: especialistas calculan, producto por producto, un costo externo en dinero y lo suman al precio de mercado; quien compra puede pagar la diferencia de manera voluntaria. El punto de partida sigue siendo el mercado, y la corrección viene de un cálculo experto. Steiner parte del lado opuesto: de las necesidades de quien produce, y de un juicio que no puede hacer ningún experto solo.

Precio verdadero es lo mismo que precio justo.

El «precio justo» tiene dos sentidos habituales. Uno es moral y muy antiguo: el *iustum pretium* de Aristóteles y Tomás de Aquino, la equivalencia debida entre lo que se da y lo que se recibe. El otro es el del comercio justo: un precio mínimo y una prima fijados por un organismo certificador para proteger al productor. Ambos son intentos serios. Pero el primero es un deber, y el segundo es un piso fijado desde afuera. Steiner no habla de un deber ni de un piso: habla de un resultado, que aparece cuando la vida económica está bien organizada, del mismo modo que un puente se sostiene cuando está bien calculado.

Un precio verdadero es un precio alto, que «paga bien» al productor.

No. Un precio puede ser falso por exceso tanto como por defecto. Si en un rubro se produce de más, el producto se abarata por debajo de lo que necesita quien lo hace; si se produce de menos, se encarece. Los dos precios mienten.

Alcanza con que productor y consumidor acuerden el precio cara a cara.

Para Steiner, justamente eso no alcanza. Dos personas pueden firmar un contrato, pero no pueden formarse un juicio económico. Lo veremos más adelante: el juicio sobre un precio necesita la experiencia reunida de muchos.

Una asociación económica es un grupo que fija precios.

Tampoco. Una asociación que fija precios se parece más a un cártel que a lo que Steiner describe. Las asociaciones *leen* los precios como indicadores y actúan sobre otra cosa: cuánta gente trabaja en qué, cuánto se produce, qué se necesita.

Nota para quien facilita: no se trata de descalificar a True Price ni al comercio justo. Ambos hacen visible algo que el mercado oculta. La diferencia es de pregunta: ellos preguntan qué costo esconde un precio; Steiner pregunta si un precio le permite a quien produce volver a producir. Presentalo como dos preguntas distintas, no como una buena y una mala.

02 — LA FÓRMULA

Lo que dijo Steiner, *con sus palabras*

Steiner formuló la idea dos veces, con tres años de diferencia. La primera, en 1919, en *Los puntos esenciales de la cuestión social*, su libro más difundido sobre la organización social:

«Solo mediante una administración del organismo social que surja de la libre cooperación de sus tres miembros se establecerá, como resultado para la vida económica, una relación sana de precios entre los bienes producidos. Esa relación debe ser tal que cada persona que trabaja reciba por un producto tanto contravalor como sea necesario para satisfacer la totalidad de sus necesidades y las de las personas que dependen de ella, hasta que haya producido nuevamente un producto del mismo trabajo. Una relación de precios así no puede establecerse por disposición oficial: tiene que resultar de la cooperación viva de las asociaciones que actúan en el organismo social.»

RUDOLF STEINER · LOS PUNTOS ESENCIALES DE LA CUESTIÓN SOCIAL (GA 23), 1919

Y enseguida agrega una imagen que conviene no pasar por alto: ese precio debe resultar «con la misma seguridad con que resulta un puente firme cuando se lo construye según las leyes correctas de la matemática y la mecánica». Aclara que la vida social no sigue leyes matemáticas sino vivas,

pero la idea se mantiene: el precio verdadero no es algo que se pide, se exige o se decreta. Es algo que *aparece* cuando la estructura está bien hecha.

La segunda formulación es de 1922, en el curso de economía que Steiner dio a estudiantes en Dornach. Es la que se cita con más frecuencia:

«Un precio verdadero se da cuando una persona recibe, como contravalor por el producto que ha hecho, lo suficiente para satisfacer sus necesidades —la totalidad de sus necesidades, incluidas por supuesto las de quienes dependen de ella— hasta que haya completado de nuevo un producto igual.»

RUDOLF STEINER · CURSO DE ECONOMÍA (GA 340), 29 DE JULIO DE 1922

Steiner la presentó como una fórmula abstracta, pero exhaustiva. Es decir: no dice cómo calcular nada, pero no le falta nada.

03 — LECTURA LENTA

Leer la fórmula *despacio*

Una fórmula tan breve se lee rápido y se entiende mal. Vale la pena detenerse en cuatro de sus bisagras.

1 **Empieza por quien produce, no por la cosa**

La fórmula no habla del valor de una lechuga, un libro o una silla. Habla de la persona que los hizo. En un simposio sobre el tema realizado en el Goetheanum en noviembre de 2013, el primer punto que los participantes quisieron dejar claro fue este: Steiner siempre empieza del lado de la producción, pero no de la producción de cosas, sino de las necesidades de quienes producen.

2 **Todas las necesidades, no solo las horas trabajadas**

No dice «lo que vale su hora de trabajo» ni «un salario digno». Dice la totalidad de sus necesidades y las de quienes dependen de ella: hijos, personas mayores, quien cuida la casa. Un precio que cubre las horas pero no la vida de quien trabaja no es verdadero, aunque sea «justo» según una tabla.

3 **El tiempo: hasta el próximo producto igual**

El precio verdadero mira hacia adelante. No pregunta cuánto costó lo que ya se hizo, sino si alcanza para llegar a hacerlo de nuevo. Para una granja, eso es la próxima cosecha. Para un traductor, el próximo libro. Un precio que permite vender hoy pero no permite volver a producir mañana está consumiendo a quien produce.

4 **No es un número: es una relación**

En el texto de 1919 Steiner no habla de «un precio» sino de una relación de precios: cuánto vale un producto *en comparación con* los otros productos que su productor necesita comprar mientras trabaja. Por eso, dice, el problema se vuelve más difícil cuanto más se divide el trabajo:

«Cuanto más distintos son los productos entre sí, más difícil se vuelve lograr su valoración recíproca, y esa valoración solo puede ser recíproca.»

RUDOLF STEINER · CURSO DE ECONOMÍA (GA 340), 30 DE JULIO DE 1922

Un pueblo que solo caza casi no tiene problema de precios. Cuando aparecen la agricultura, el comercio y miles de oficios distintos, comparar el valor de cada cosa con las demás se vuelve una tarea que ninguna persona puede hacer sola.

04 — QUIÉN DECIDE

Entonces, *¿quién lo decide?*

Si no lo decide el mercado ni el Estado, la sospecha inmediata es que lo decide un comité. Steiner lo descarta con la misma fuerza. En 1920 escribe que la cuestión no es reemplazar el libre intercambio por una economía forzada:

«No se trata de poner, en lugar del libre intercambio regido por la oferta y la demanda, una economía forzada, sino de configurar los valores recíprocos de los bienes de modo que el valor de un producto humano corresponda, en lo esencial, al valor de los otros bienes que su productor necesita durante el tiempo que dedica a producirlo.»

RUDOLF STEINER · «DREIGLIEDERUNG UND SOZIALES VERTRAUEN» (GA 24), 1920

Y en el mismo texto da la razón de fondo: bajo el mero juego de la oferta y la demanda se atrofian necesidades humanas cuya satisfacción eleva la civilización. La demanda puede decidir si conviene producir algo; no puede decidir, sola, si ese algo puede producirse a un precio que sostenga a quien lo hace.

El reloj en la pieza a oscuras

Para explicar por qué nadie puede decidir un precio solo, Steiner usó varias veces una imagen tomada del escritor Jean Paul:

«Formarse un juicio económico desde la sola individualidad será, para las personas del futuro, como el durmiente de Jean Paul que se despierta en plena noche en una pieza a oscuras, no ve nada, no oye nada, y trata de averiguar qué hora es pensando. Uno tiene que estar en consonancia con su entorno para saber qué hora es.»

RUDOLF STEINER · CONFERENCIA EN DORNACH (GA 199), 15 DE AGOSTO DE 1920

Así como la hora se lee en un reloj y no se deduce pensando, el juicio sobre un precio se lee en la experiencia acumulada de quienes producen, comercian y consumen. Al día siguiente de esa conferencia, Steiner fue más lejos:

«Dos personas entre sí no pueden llegar a un juicio económico. A un juicio económico solo se llega cuando uno está frente a un grupo de personas que han hecho experiencias, cada una en su campo, y toma como juicio lo que ellas han sacado en limpio como asociación.»

RUDOLF STEINER · VELADA DE ESTUDIO EN DORNACH (GA 337B),
16 DE AGOSTO DE 1920

En la vida cultural, dice Steiner, pasa lo contrario: una persona con una idea puede comunicarla a muchas, como Goethe y Schiller intercambiaban pensamientos. En la vida económica nadie tiene nada para dar desde su cabeza. Tiene que *recibir* la experiencia de los demás. Por eso la asociación no es una opción simpática: es la única forma de saber.

Lo único que cada uno sabe

Hay una frase de 1921 que incomoda, y que conviene leer con calma:

«En la vida económica como tal, es decir, en cuanto se trata del intercambio y la valoración de mercancías, lo único que surge del ser humano son sus necesidades. [...] Quien actúa solamente a partir de lo que es como persona aislada, atendiendo solo a sus necesidades, actúa en todas las circunstancias como un ser antisocial.»

RUDOLF STEINER · CURSO PARA ORADORES EN STUTTGART (GA 338), 16 DE FEBRERO DE 1921

No es un reproche moral. Es la misma idea que en el cuadernillo anterior encontramos en Gary Lamb: el egoísmo económico no es un vicio de personas codiciosas sino la consecuencia de estar solos frente a la información. Cada uno sabe lo que necesita. Nadie sabe, solo, lo que necesitan los demás. De ahí, dice Steiner, se sigue «con certeza apodíctica» la necesidad de las asociaciones.

05 — PARA QUÉ SIRVE UN PRECIO

El precio como termómetro, *no como botón*

Si las asociaciones no fijan precios, ¿qué hacen con ellos? Steiner lo explicó en Utrecht en 1921 con un ejemplo muy concreto:

«Si un artículo se fabrica en exceso en un territorio, hay que ocuparse de que las personas se empleen de otra manera; porque donde eso ocurre, el artículo se vuelve demasiado barato, y el que se fabrica demasiado poco se vuelve demasiado caro. El precio solo puede establecerse si, mediante asociaciones, está ocupada la cantidad correcta de personas en un territorio.»

RUDOLF STEINER · CONFERENCIA PÚBLICA EN UTRECHT (GA 297A), 24 DE FEBRERO DE 1921

Esta es quizás la idea más contraintuitiva de todo el cuadernillo. Cuando un precio no alcanza para sostener a quien produce, la respuesta asociativa no es subirlo por acuerdo. Es preguntarse por qué: ¿hay demasiados productores en ese rubro?, ¿falta demanda?, ¿hay una forma mejor de producir? Y actuar sobre eso: sobre cantidades, personas y procesos. El precio es el termómetro. Nadie baja la fiebre moviendo la aguja.

El simposio de 2013 en el Goetheanum lo resumió en términos muy parecidos: los precios deben verse siempre como indicadores, no como algo

a lo que se apunta directamente. Y agregó otra condición exigente: quienes se reúnen a considerar un precio deben hacerlo como economistas, no desde sus intereses, aunque sean precisamente esos intereses los que les dan la experiencia necesaria para opinar.

Una advertencia técnica del mismo simposio, para quien quiera profundizar: pensar en precios verdaderos pierde sentido en una economía donde el crédito contra garantías (hipotecas, prendas, leasing) desplaza al crédito personal, el que se otorga a la persona por lo que es capaz de hacer. Es un tema que retomaremos en el cuadernillo dedicado al dinero.

El mecanismo, en concreto

1 Partir de las necesidades de quien produce, hasta el próximo ciclo: la próxima cosecha, el próximo libro, la próxima temporada. No solo sus costos, sino su vida y la de quienes dependen de esa persona.

2 Reunir asociaciones, no individuos. Quienes producen en un rubro, quienes lo comercializan y quienes lo consumen, cada grupo con su propia experiencia acumulada. Es la prueba de las tres funciones del cuadernillo anterior, llevada de una transacción a un rubro entero.

3 Leer los precios como indicadores. ¿El precio actual le alcanza a quien produce para volver a producir? Si no alcanza, o si sobra, algo está desequilibrado en otro lugar.

4

Actuar sobre la causa, no sobre el número. Más o menos personas en un rubro, otra forma de producir, otra forma de distribuir, necesidades que nadie estaba viendo. El precio se corrige como consecuencia.

Ninguno de estos pasos exige una ley ni una autoridad. Exigen algo más difícil: interés por la situación del otro, sostenido en el tiempo.

06 — UNA CORRECCIÓN

Un ajuste de cuentas *con el cuadernillo anterior*

En el cuadernillo 1 presentamos a Temple-Wilton Community Farm como la conversación de precio verdadero que describe Steiner, llevada a la práctica. Después de leer las citas de este cuadernillo, esa afirmación merece una corrección honesta. El valor de la colección es la verdad, y la verdad incluye revisar lo que uno mismo dijo.

Lo que Temple-Wilton sí realiza. Cumple con sorprendente exactitud la primera mitad de la fórmula: los socios cubren, a la vista de todos, lo que la granja necesita para llegar a la próxima cosecha. Parte de las necesidades de quien produce, no del valor de cada verdura. Y lo hace con total transparencia.

Lo que todavía no es. No es una asociación frente a otra asociación, ni una valoración recíproca entre productos distintos, ni una lectura de precios que redistribuya el trabajo en un territorio. Es un círculo de personas alrededor de una granja. Steiner fue muy claro sobre los límites de esa escala:

«Si hoy se funda una cooperativa al lado del resto del orden social, esa cooperativa tiene que integrarse al resto del orden social, tener precisamente esos precios, llevar la mercancía al mercado como es habitual, o bien tiene que sucumbir.»

RUDOLF STEINER · CONFERENCIA EN OXFORD (GA 305), 29 DE AGOSTO DE 1922

Y en 1919 llegó a llamar «parasitismo económico» a los oasis económicos cerrados: comunidades que se aíslan viven, en realidad, a costa de la economía de afuera. Los socios de Temple-Wilton, como los de cualquier CSA, aportan dinero que en su mayor parte ganan en la economía de mercado.

Pero tampoco hay que tirar al bebé con el agua. El mismo Steiner, en 1920, propuso crear instituciones económicas modelo que demostraran en los hechos que la idea no era una utopía, para que la gente creyera en los hechos lo que no había creído en las palabras. Temple-Wilton puede leerse así: no como el organismo completo, sino como un germen que muestra que la primera mitad de la fórmula es practicable. La segunda mitad — asociaciones que se encuentran entre sí y leen juntas los precios de un rubro— es más exigente. En nuestro medio sigue pendiente; en otros lugares ya hay mesas que la ensayan, como veremos enseguida.

07 — CASOS

Dos mesas donde el precio *se conversa de verdad*

Las citas de Steiner pueden dejar la impresión de que todo esto es un ideal lejano. No lo es. En Europa hay mesas que funcionan hoy, con nombre, fecha y participantes. Ninguna es perfecta, y eso también es parte de lo que enseñan.

CASO 1

La mesa redonda del pan en Berlín

Märkisches Landbrot es una panadería biodinámica de Berlín. Todos los años, en verano y antes de la cosecha, su director, Christoph Deinert, convoca una «Mesa Redonda del Cereal Demeter». Se sientan juntos los agricultores que proveen el grano y las panaderías que lo transforman.

La secuencia es lo más interesante. Primero, las panaderías dicen cuánto de cada cereal van a necesitar durante el año. Después se conversan las calidades y las cosechas esperadas. Recién entonces los agricultores fijan juntos, y a la vista de todos, el precio del grano, con un objetivo declarado: que puedan vivir bien de su trabajo y seguir invirtiendo. Ese precio se acuerda al margen del mercado mundial de granos.

En la mesa de junio de 2022 participaron doce establecimientos agrícolas de Brandeburgo, entre ellos Brodowin y Gut Peetzig; cuatro panaderías, entre ellas Weichardt-Brot y Vollkern; y representantes de la asociación Demeter regional.

Leído con Steiner: no son dos personas negociando, sino un grupo de productores frente a un grupo de transformadores, como pedía Steiner en 1920. La cantidad se conversa antes que el precio. Y nadie se hace ilusiones de isla: todos saben que el pan se vende después en el mercado, y eso modera el acuerdo. **Lo que falta:** quienes comen el pan no están en la mesa. El consumo está representado solo indirectamente, por las panaderías.

CASO 2

Oikopolis: del campo al plato, en Luxemburgo

En 1988 un grupo de agricultores fundó en Luxemburgo la Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (BIOG). A su alrededor fue creciendo una red completa: cooperativa de productores, lácteos, un mayorista (Biogros) y una cadena de almacenes (Naturata). Desde comienzos de los años noventa, todos ellos se reúnen en «conversaciones de mercado» con agricultores, elaboradores, comerciantes y representantes de los clientes. En la mesa se habla de métodos de cultivo, de procesamiento, del clima de la temporada y del precio.

Tres hechos muestran que no es solo un discurso:

1 Un contrato con un supermercado. En 1994, la cadena de supermercados más grande de Luxemburgo quería sus productos. Oikopolis puso una condición: un contrato de largo plazo cuyo punto central era que la cadena participara en las conversaciones de mercado con toda la cadena de valor. Su fundador, Änder Schanck, lo explicó así: el comercio suele vivir de la máxima «la ganancia está en la compra», y quien paga esa máxima es el primer eslabón, el agricultor. El contrato buscaba anularla.

2 Cantidades antes que precios. Con los hermanos Latz, fruticultores biodinámicos del Sarre, el mayorista acuerda cada año los volúmenes que va a comprar y asume que la cosecha depende mucho del clima. El riesgo no queda solo del lado de quien produce.

3 Una propiedad que refleja la cadena. Desde 2005, la sociedad que agrupa a las empresas tiene tres grupos de accionistas: los agricultores, a través de la cooperativa; quienes conducen las empresas, cuya parte fue donada en 2018 a una fundación; y los consumidores, como accionistas privados.

Leído con Steiner: es lo más parecido que conocemos a la asociación de producción, comercio y consumo que él describía, con los tres presentes y a escala de un país pequeño. **Lo que enseñan sus límites:** cuando el consumo cayó con el comienzo de la guerra en Ucrania, el grupo tuvo que reducir por primera vez su actividad y su personal, cerca de un 20 %. Y algunos accionistas privados cuestionaron el rumbo. Es exactamente lo que Steiner advirtió en Oxford: una asociación rodeada por el resto del orden económico no queda a salvo de sus mareas. No se hunde, pero las siente.

Una señal mínima: cuando sobra grano

A veces el mecanismo se ve en un aviso de dos líneas. Un molino biodinámico suizo, la Biomühle Lehmann, informó a sus agricultores que de la cosecha 2022 había recibido más grano Demeter del que necesitaba, y que por eso quizás no podría confirmar como Demeter todos los contratos de cultivo del otoño siguiente. No bajó el precio por decisión propia: avisó que había que ajustar cantidades. Es, en miniatura, lo que Steiner describió en Utrecht.

¿Y en nuestro medio?

En Argentina no conocemos todavía una mesa así. Tampoco en nuestro propio rubro, el de los libros: el simposio del Goetheanum de 2013 eligió justamente el precio del libro como caso práctico, porque sigue siendo un problema sin resolver para editoriales y librerías. Nombrarlo es el primer paso. El segundo es reunir a quienes podrían sentarse a esa mesa.

08 — PARA MIRARSE

El espejo *interior*

En el cuadernillo anterior vimos que la fraternidad económica empieza por la verdad. Este cuadernillo agrega el paso siguiente: el interés por el otro. Sin interés por la situación de quien produce lo que consumo, o de quien consume lo que produzco, no hay asociación posible, por bien diseñada que esté.

Tres preguntas para observar, no para puntuar:

EN MI PENSAR · LA IMAGEN DEL PRECIO

Cuando pienso en un «precio justo», ¿lo imagino como un número que alguien debería respetar, o como una relación que le permite a otra persona volver a hacer lo que hace?

EN MI SENTIR · LO CARO Y LO BARATO

¿Qué siento cuando algo me parece caro? ¿Y qué siento, si es que siento algo, cuando algo me resulta sospechosamente barato?

EN MI QUERER · LA ASOCIACIÓN

¿De qué grupo, y no de qué persona, podría formar parte para saber de verdad qué necesita quien produce lo que consumo todos los días?

No hay respuestas correctas. Se trata de ver con honestidad desde dónde miramos los precios hoy.

09 — ANTES DE CERRAR

Antes de cerrar *este cuadernillo*

No te pedimos que armes una asociación esta semana. Te pedimos algo más chico, que es el primer ladrillo de cualquier asociación: una pregunta distinta.

La próxima vez que le compres algo a quien lo produce, no le preguntes «¿cuánto cuesta?». Preguntale: «¿cuánto necesitás para llegar a la próxima cosecha, al próximo lote, al próximo trabajo?»

Anotá qué te respondió, y qué sentiste al preguntarlo. Si te animás, hacé la misma pregunta a dos personas del mismo rubro y compará. Acabás de hacer, en miniatura, lo que hace una asociación.

MI PREGUNTA DE ESTA SEMANA, A QUIÉN SE LA HICE Y QUÉ APRENDÍ:

FUENTES

Para seguir *leyendo*

Las citas de Steiner fueron traducidas por Impulso Sophia Editorial a partir de los originales en alemán, tal como se reúnen en la compilación de Sylvain Coiplet *Grundfragen der Dreigliederung* (Institut für soziale Dreigliederung, Berlín, 4.^a ed. 2024), salvo la fórmula de 1922, traducida desde la versión inglesa que cita Christopher Houghton Budd.

Steiner, R. *Die Kernpunkte der sozialen Frage* (GA 23), 1919. En castellano: *Los puntos esenciales de la cuestión social*.

Steiner, R. *Nationalökonomischer Kurs* (GA 340), Dornach, 1922. Conferencias del 29 y 30 de julio.

Steiner, R. *Aufsätze über die Dreigliederung* (GA 24): «Dreigliederung und soziales Vertrauen», 1920.

Steiner, R. GA 199 (15/08/1920), GA 337b (16/08/1920), GA 338 (16/02/1921), GA 297a (24/02/1921), GA 305 (29/08/1922), GA 192 (01/06/1919), GA 337a (03/03/1920).

Houghton Budd, C. (ed.) *True Price in Thought and Deed: Understanding Rudolf Steiner's True Price Formula*. Informe del simposio del Goetheanum, Dornach, 29 y 30 de noviembre de 2013.

Lamb, G. *La economía según Rudolf Steiner*. Impulso Sophia Editorial.

True Price Foundation, Ámsterdam: trueprice.org y truepricefoundation.org.

Märkisches Landbrot (Berlín): «Runder Tisch Getreide 2022», landbrot.de; y nota de la red de la Economía del Bien Común de Berlín-Brandeburgo (2023).

Oikopolis (Luxemburgo): oikopolis.lu y naturata.lu, sección «Fair & associative».

Schanck, Ä. y Valdinoci, A. «Die Grenzen sprengen», entrevista en *Das Goetheanum*, 29 de enero de 2026.

Biomühle Lehmann (Gossau, Suiza): aviso sobre precios de recepción del cereal Demeter, cosecha 2023.