

VOLUMEN 21

ANALES  
DE MORAL SOCIAL  
Y ECONOMICA

Síntesis de  
MORAL SOCIAL  
Y ECONOMICA

MADRID, 1969

CENTRO  
DE ESTUDIOS SOCIALES  
DE LA SANTA CRUZ  
DEL VALLE DE LOS CAIDOS

# INDICE GENERAL

Págs.

---

## PARTE 1.<sup>a</sup>

### LA EMPRESA Y SU MEDIO

I. LA ACTIVIDAD LABORAL EN EL PLAN DE DIOS ... ..	5
I. VERTIENTE DEL TRABAJO ... ..	5
a) <i>Vertiente cósmica: la naturaleza, término del trabajo.</i>	5
1. La enseñanza de la Biblia ... ..	5
2. Los tres actos de la creación ... ..	8
3. La creación humana ... ..	10
b) <i>Vertiente personal: el hombre, término del trabajo.</i>	12
1. El hombre, hechura de Dios ... ..	12
2. El hombre, fruto de su propio trabajo ... ..	14
c) <i>Vertiente social: la sociedad, término del trabajo ...</i>	18
1. Sociedad y trabajo ... ..	18
2. Empresa y trabajo ... ..	21
II. PRINCIPIOS INSPIRADORES DE LA ACTIVIDAD LABORAL: CARIDAD Y JUSTICIA ... ..	23
a) <i>Enseñanza de la Sagrada Escritura y de los Papas.</i>	23
b) <i>Caridad social y justicia social ... ..</i>	27
III. CONCLUSIONES ... ..	29
II. LA EMPRESA, SU NATURALEZA Y DINAMICA DE CRE- CIMIENTO ... ..	33
I. LA EMPRESA EN LA SOCIEDAD INDUSTRIAL CONTEMPORÁNEA ... ..	33
a) <i>Elementos subjetivos ... ..</i>	33
b) <i>Elementos objetivos ... ..</i>	35
II. MORALIDAD DEL CONTRATO DE SALARIADO ... ..	37
a) <i>¿Qué se entiende por contrato de salariado? ... ..</i>	37
b) <i>Moralidad del contrato de salariado ... ..</i>	39
1. El trabajo subordinado ... ..	39

	Págs.
2. La tesis de la alienación económica ... ..	40
3. Las repercusiones sociales del contrato de salariado.	42
4. Conclusión ... ..	43
<b>III. ACUMULACIÓN DEL CAPITAL Y SU TITULARIDAD ... ..</b>	<b>44</b>
a) <i>Su necesidad y problemática moral</i> ... ..	44
b) <i>Titularidad en favor de los obreros</i> ... ..	45
c) <i>Concepto de capital</i> ... ..	47
1. Capital «natural» ... ..	47
2. Capital «económico» ... ..	47
d) <i>Modos de realizar la acumulación del capital y su titularidad</i> ... ..	49
1. El «modo» de realizar la acumulación ... ..	49
2. La «titularidad» del capital acumulado ... ..	51
<b>IV. AUTOFINANCIAMIENTO ... ..</b>	<b>53</b>
a) <i>Autofinanciamiento y acumulación de capitales</i> ... ..	53
b) <i>Problemática moral</i> ... ..	54
c) <i>Ventajas de la autofinanciación con compensación de títulos</i> ... ..	56
<b>V. CONCLUSIONES ... ..</b>	<b>57</b>
 <b>III. ORGANOS DE PODER Y SUJETOS RESPONSABLES EN LA EMPRESA PRIVADA Y PUBLICA ... ..</b>	 <b>61</b>
<b>I. EMPRESA Y PODER ... ..</b>	<b>61</b>
a) <i>Base sociológica</i> ... ..	61
b) <i>Ordenación jurídica</i> ... ..	63
<b>II. EMPRESA CAPITALISTA Y PODER ... ..</b>	<b>65</b>
a) <i>Riesgo, gestión y capital</i> ... ..	65
b) <i>La evolución capitalista</i> ... ..	68
c) <i>Poder y responsabilidad</i> ... ..	70
d) <i>Trabajo y gestión</i> ... ..	74
<b>III. LA EMPRESA PÚBLICA ... ..</b>	<b>75</b>
<b>IV. CONCLUSIONES ... ..</b>	<b>77</b>
 <b>IV. MONOPOLIO Y CONCENTRACIONES ECONOMICAS ... ..</b>	 <b>81</b>
<b>I. PROBLEMAS MORALES DE LOS MONOPOLIOS ... ..</b>	<b>82</b>
a) <i>Corriente previa al neoliberalismo</i> ... ..	82
Notas críticas ... ..	84
b) <i>Corriente neoliberal</i> ... ..	86
1. Del liberalismo puro al neoliberalismo ... ..	86
2. Neoliberalismo y monopolios ... ..	87
3. Notas críticas ... ..	88
c) <i>Criterios morales</i> ... ..	90

	Págs.
II. CONCENTRACIONES ECONÓMICAS ... ..	94
a) <i>Su naturaleza y problemas morales</i> ... ..	94
b) <i>Concentración económica y despersonalización</i> ... ..	95
c) <i>Las concentraciones financieras</i> ... ..	98
III. CONCLUSIONES ... ..	99
V. COMPETENCIA DESLEAL Y FRAUDES EN LOS PAGOS ...	103
I. LA COMPETENCIA ILÍCITA O DESLEAL ... ..	104
a) <i>Concepto de competencia desleal</i> ... ..	104
b) <i>Defensa contra la competencia desleal</i> ... ..	106
II. SECRETOS INDUSTRIALES Y PATENTES ... ..	108
a) <i>Noción de secreto industrial</i> ... ..	108
b) <i>Divulgación del secreto y patente del invento</i> ... ..	111
1. <i>Divulgación del secreto</i> ... ..	111
2. <i>Patente del invento</i> ... ..	112
c) <i>La protección del secreto industrial</i> ... ..	113
1. <i>Naturaleza del derecho al secreto</i> ... ..	113
2. <i>Normas de protección de los secretos industriales.</i>	114
d) <i>La violación de secretos como acto de competencia</i>	
<i>desleal</i> ... ..	116
III. PAGOS DIFERIDOS E INFLACIÓN ... ..	117
a) <i>Naturaleza de la inflación e influjo en los pagos</i> ... ..	117
b) <i>Criterios morales</i> ... ..	119
IV. FRAUDES EN SUSPENSIONES DE PAGOS Y QUIEBRAS ... ..	123
a) <i>Insolvencia y fraude</i> ... ..	123
b) <i>Fraude a los acreedores</i> ... ..	125
1. <i>Mecanismos procesales de prevención y represión</i>	
<i>del fraude</i> ... ..	127
2. <i>Criterios morales</i> ... ..	128
c) <i>Fraude a la ley</i> ... ..	130
1. <i>El abuso del crédito</i> ... ..	131
2. <i>El abuso de la persona jurídica</i> ... ..	133
3. <i>El abuso del proceso</i> ... ..	134
V. CONCLUSIONES ... ..	136
VI. EMPRESA, ASOCIACIONES PROFESIONALES Y POLÍTICA SALARIAL ... ..	141
I. ORIGEN Y NATURALEZA DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES ... ..	142
a) <i>Empresa y organización profesional</i> ... ..	142
b) <i>Asociaciones profesionales y organización profesional.</i>	144
II. OBJETIVOS DE LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES ... ..	147
III. DECISIONES ECONÓMICAS CONCERTADAS Y POLÍTICA SALARIAL ... ..	150
a) <i>Sistema de fijación de salarios</i> ... ..	151

	Págs.
b) <i>Asociaciones profesionales y política salarial</i> ... ..	152
1. Países Bajos ... ..	152
2. España ... ..	154
c) <i>La programación en valor y la política de rentas</i> ...	156
IV. PRINCIPIOS MORALES ... ..	158
V. CONCLUSIONES ... ..	161
VII. ORDEN OBJETIVO Y RESPONSABILIDAD SUBJETIVA ...	165
I. OBJETIVIDAD Y SUBJETIVIDAD EN EL COMPORTAMIENTO ÉTICO ... ..	168
a) <i>Subjetivismo situacionista</i> ... ..	168
b) <i>Objetivismo científico</i> ... ..	172
c) <i>Eficacia y moral</i> ... ..	174
II. CONCIENCIA Y OBJETIVIDAD EN LA MORAL EMPRESARIAL ... ..	176
a) <i>Necesidad y libertad en la actividad de la empresa</i> ...	176
1. La empresa como unidad de producción ... ..	177
2. La empresa como institución ... ..	179
b) <i>Orden moral y eficacia en las relaciones sociales</i> ...	181
III. CONCLUSIONES ... ..	184

## PARTE 2.<sup>a</sup>

### LA EMPRESA CARA A LA SOCIEDAD

#### A) LA EMPRESA ANTE EL BIEN COMUN

VIII. NATURALEZA DE LAS OBLIGACIONES DE JUSTICIA DE LA EMPRESA CON LA SOCIEDAD ... ..	193
I. PLANTEAMIENTO Y NATURALEZA DEL PROBLEMA ... ..	195
a) <i>Planteamiento del problema</i> ... ..	195
1. Insuficiencia de la justicia conmutativa ... ..	195
2. Insuficiencia de la justicia legal ... ..	196
3. ¿Recurso a la justicia social? ... ..	197
b) <i>Naturaleza del problema</i> ... ..	198
1. Moralidad de los intereses egoístas ... ..	198
2. Dentro de ciertos límites ... ..	199
3. Daño admisible e injusticia reprobable ... ..	199
II. VÍAS DE SOLUCIÓN ... ..	200
a) <i>Realismo de la noción de bien común</i> ... ..	200
b) <i>Justicia del bien común</i> ... ..	202
c) <i>Elementos que la definen</i> ... ..	203
III. JUSTICIA Y CARIDAD SOCIAL ... ..	204
a) <i>Justicia coercitiva y caridad espontánea</i> ... ..	205

	Págs.
b) <i>Coincidencias objetivas</i> ... ..	206
c) <i>Coactividad de la justicia social</i> ... ..	207
IV. DETERMINACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE JUSTICIA SOCIAL ... ..	208
V. CONCLUSIONES ... ..	210
IX. OBLIGACIONES GENERALES DE LA EMPRESA EN UNA ECONOMIA PLANIFICADA ... ..	215
I. PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL ... ..	216
a) <i>Su naturaleza</i> ... ..	216
b) <i>Sus objetivos y medios</i> ... ..	219
c) <i>Incidencias en el campo moral</i> ... ..	220
II. MORAL EMPRESARIAL DE UNA ECONOMÍA PLANIFICADA ... ..	222
a) <i>En relación con la misma empresa</i> ... ..	223
1. El progreso técnico ... ..	223
2. Preparación profesional y social ... ..	224
3. Política social de la empresa ... ..	225
b) <i>Fuera del ámbito de la empresa</i> ... ..	227
1. Inversiones de pleno empleo ... ..	227
2. Orden profesional ... ..	228
3. La colaboración con el Estado ... ..	230
III. CONCLUSIONES ... ..	231
X. EXIGENCIAS MORALES EN LAS INVERSIONES ... ..	235
I. LA INVERSIÓN: ASPECTOS ECONÓMICOS ... ..	235
a) <i>Inversión, ahorro y pleno empleo</i> ... ..	235
b) <i>Inversión y técnica</i> ... ..	239
c) <i>Inversión y rentabilidad</i> ... ..	240
d) <i>Inversión y política económico-social</i> ... ..	242
II. INVERSIÓN Y ORDEN MORAL ... ..	243
III. CONCLUSIONES ... ..	246
XI. PRECIO JUSTO Y ESPECULACION ... ..	251
I. EL PRECIO JUSTO: CRITERIOS MORALES ... ..	253
a) <i>El precio en la actividad económica</i> ... ..	253
1. El dinero, expresión del valor económico ... ..	253
2. La función de los precios ... ..	254
b) <i>El justo precio social</i> ... ..	255
c) <i>Su aplicabilidad práctica</i> ... ..	258
1. Los obstáculos ... ..	258
2. La función correctiva del Estado ... ..	260
3. El precio legal ... ..	261
d) <i>Normas prácticas</i> ... ..	263
1. Precio de mercado en régimen de competencia ... ..	263

	Págs.
2. Precio de mercado con correctivos indirectos ... ..	263
3. Precio legal ... ..	264
4. Precio de mercado no competitivo y sin correctivos.	264
II. LA ESPECULACIÓN ... ..	265
a) <i>Análisis económico del fenómeno</i> ... ..	266
1. Su naturaleza ... ..	266
2. Sus ventajas ... ..	267
3. Sus inconvenientes ... ..	268
b) <i>Valoración moral de la especulación</i> ... ..	269
1. La justificación del beneficio ... ..	269
2. El especulador frente a la otra parte contratante.	271
3. El especulador frente a la sociedad ... ..	275
III. CONCLUSIONES ... ..	278
XII. INTERMEDIARIOS Y COMISIONES CON REPERCUSION EN LOS PRECIOS ... ..	283
I. INTERMEDIARIOS ... ..	284
a) <i>Visión general del problema</i> ... ..	284
1. La función distributiva ... ..	284
2. Base de enjuiciamiento moral ... ..	286
3. La productividad comercial ... ..	288
b) <i>Desarrollo analítico</i> ... ..	289
1. Intermediarios funcionales ... ..	289
2. Intermediarios comerciales ... ..	290
3. El aumento de la productividad ... ..	294
II. COMISIONES ... ..	295
a) <i>Naturaleza de las «comisiones»</i> ... ..	295
1. El contrato de comisión ... ..	295
2. La «comisión» en premios y obsequios ... ..	296
3. Tipos de comisiones ... ..	298
b) <i>Valoración moral</i> ... ..	301
1. Apreciación global ... ..	301
2. Principios particulares ... ..	302
3. Medidas sociales ... ..	307
III. CONCLUSIONES ... ..	308
a) <i>En cuanto a los intermediarios</i> ... ..	308
b) <i>En cuanto a las comisiones</i> ... ..	309
XIII. LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA ... ..	313
I. EL EMPRESARIO Y SU FUNCIÓN ... ..	313
a) <i>Decisión, planificación o programación y coordinación.</i>	314
b) <i>Asunción del riesgo</i> ... ..	315
c) <i>Función empresarial y función capitalista</i> ... ..	317

	Págs.
II. QUÉ SE ENTIENDE POR BENEFICIO ... ..	318
a) <i>Diversidad de acepciones</i> ... ..	318
b) <i>Beneficio en sentido estricto</i> ... ..	320
III. LEGITIMACIÓN MORAL DEL BENEFICIO ... ..	322
a) <i>Condicionamientos a tener en cuenta</i> ... ..	322
b) <i>Legitimación del beneficio en abstracto...</i> ... ..	324
c) <i>Legitimación del nivel de beneficios</i> ... ..	325
IV. CONCLUSIONES ... ..	330
XIV. PUBLICIDAD Y CONSUMO ... ..	335
I. LA PROPAGANDA COMERCIAL ... ..	336
a) <i>Aspectos sociales y morales de la publicidad en sí como pieza del engranaje económico</i> ... ..	336
1. Presión sobre la mentalidad ... ..	337
2. Gastos superfluos ... ..	338
3. Publicidad y monopolios ... ..	340
4. Medios de difusión ... ..	341
b) <i>Aspectos sociales y morales de las técnicas publicitarias</i> ... ..	341
1. Técnicas precientíficas ... ..	342
2. Técnicas científicas ... ..	343
c) <i>Principios morales</i> ... ..	347
1. La propaganda comercial no es moralmente indiferente ... ..	347
2. La propaganda es, en principio, moralmente aceptable ... ..	347
3. Debe mantenerse dentro de sus propios límites funcionales ... ..	348
4. La propaganda ha de excluir las técnicas contrarias a la veracidad y a la dignidad humana ... ..	349
5. La propaganda comercial debe evitar lesionar el bien común ... ..	350
II. LA ORIENTACIÓN DEL CONSUMO ... ..	352
a) <i>Dimensiones del problema</i> ... ..	352
1. Perspectivas históricas ... ..	352
2. Datos actuales del mercado y el consumo ... ..	354
3. Campos en que se precisa defensa ... ..	355
b) <i>Tareas a cargo del Estado</i> ... ..	358
1. A nivel de planificación del consumo ... ..	358
2. A nivel de producción y distribución ... ..	359
c) <i>Tareas a cargo de la sociedad</i> ... ..	359
1. Tipología de las asociaciones de defensa del consumo ... ..	360
2. Objetivos cubiertos ... ..	363
III. CONCLUSIONES ... ..	365



## B) LA EMPRESA ANTE EL ESTADO

XV. INTERVENCION DEL ESTADO EN EL ORDENAMIENTO ECONOMICO-SOCIAL ... ..	371
I. PERSPECTIVA HISTÓRICO-DOCTRINAL DEL MAGISTERIO PONTIFICIO ...	371
a) <i>León XIII</i> ... ..	371
b) <i>Pío XI</i> ... ..	373
c) <i>Pío XII</i> ... ..	375
d) <i>Juan XXIII</i> ... ..	377
e) <i>Constitución «Gaudium et Spes» y Encíclica «Populorum Progressio»</i> ... ..	379
II. EXPOSICIÓN SISTEMÁTICA ... ..	381
a) <i>Los sujetos económicos</i> ... ..	381
b) <i>El Estado, unidad orgánica de un verdadero pueblo.</i> ... ..	382
c) <i>El Estado y la fijación de las reglas de juego económico</i> ... ..	385
d) <i>La inserción directa del Estado en el juego económico</i> ... ..	388
1. El sector público de la producción ... ..	388
2. Política anticíclica y programación económica ...	391
3. Redistribución de la renta nacional ... ..	395
III. CONCLUSIONES ... ..	398
XVI. LAS LEYES MERAMENTE PENALES EN EL CAMPO ECONOMICO-SOCIAL ... ..	403
I. LAS LEYES MERAMENTE PENALES ... ..	403
a) <i>Planteamiento de la cuestión</i> ... ..	403
b) <i>El problema de las leyes meramente penales, en general</i> ... ..	406
1. La posibilidad de la ley meramente penal ... ..	406
2. La existencia de leyes meramente penales ... ..	408
3. La calificación de la ley como meramente penal. ...	411
II. LAS LEYES MERAMENTE PENALES EN EL ORDEN ECONOMICO-SOCIAL. ...	412
a) <i>Las leyes meramente penales y la falta de conciencia social</i> ... ..	412
b) <i>Las leyes meramente penales y las obligaciones morales económico-sociales</i> ... ..	415
III. CONCLUSIONES ... ..	419
XVII. LA PRESUNCION EN FAVOR DE LA LEY, EN EL CAMPO ECONOMICO-SOCIAL ... ..	423
I. OBEDIENCIA A LA LEY Y CONCIENCIA SUBJETIVA ... ..	423
a) <i>Doctrina tradicional</i> ... ..	426

	Págs.
1. Duda y presunción en favor de la ley ... ..	426
2. Prudencia de la objeción a la ley ... ..	427
b) <i>Condicionamiento histórico del problema</i> ... ..	429
1. Respecto a la actividad política del Estado, en general ... ..	429
2. Respecto a la política económico-social, en particular ... ..	431
3. En el campo de la técnica política ... ..	432
II. PLANTEAMIENTO ACTUAL Y PRINCIPIOS DE SOLUCIÓN ... ..	433
a) <i>Planteamiento actual del problema moral</i> ... ..	433
b) <i>Principios de solución</i> ... ..	435
III. CONCLUSIONES ... ..	439
XVIII. LA EMPRESA Y LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS PUBLICOS EN EL CAMPO ECONOMICO-SOCIAL ... ..	443
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ... ..	443
a) <i>Tipificación de las intervenciones públicas</i> ... ..	444
1. Favorecer la participación de todos en el bienestar social ... ..	445
2. Facilitar la obtención del producto social máximo. ... ..	445
3. Favorecer el progreso económico-social ... ..	446
b) <i>Tipificación de la problemática moral</i> ... ..	447
1. Tipificación de problemas ... ..	447
2. Cuestiones morales ... ..	448
II. PRINCIPIOS MORALES Y SU APLICACIÓN ... ..	449
a) <i>Extensión benévola de la ley</i> ... ..	450
b) <i>Actuaciones al margen de la ley</i> ... ..	451
c) <i>Actuaciones legales, pero contrarias a la justicia integral</i> ... ..	454
III. CONCLUSIONES ... ..	459
XIX. MORAL FISCAL DEL EMPRESARIO ... ..	463
I. CONCIENCIA FISCAL Y FUNCIÓN DE LOS IMPUESTOS ... ..	463
a) <i>La falta de conciencia fiscal y sus causas</i> ... ..	463
b) <i>Función de los impuestos</i> ... ..	465
II. CRITERIOS MORALES ... ..	468
a) <i>Obligatoriedad de la ley fiscal</i> ... ..	468
b) <i>Justicia de la ley y aplicaciones prácticas</i> ... ..	470
c) <i>Diversos fraudes fiscales</i> ... ..	473
d) <i>Dos sistemas y sus peligros</i> ... ..	474
e) <i>Responsabilidad del Estado y de sus funcionarios</i> ... ..	475
III. CONCLUSIONES ... ..	476

PARTE 3.<sup>a</sup>

## LA EMPRESA CARA AL TRABAJO

XX.	PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE UNA JUSTA DISTRIBUCION DE LA RENTA ... ..	483
	I. CRITERIOS MORALES FUNDAMENTALES EN LA DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA ... ..	483
	a) «A cada uno según sus necesidades» ... ..	484
	b) «A cada uno según sus prestaciones» ... ..	486
	II. NATURALEZA Y RELACIONES MUTUAS ... ..	487
	a) Principios de justicia, fundamentales y complementarios ... ..	487
	1. Principios de «justicia» ... ..	487
	2. Principios «fundamentales» ... ..	488
	3. Principios «complementarios» ... ..	488
	b) Primacía de las necesidades sobre las prestaciones ... ..	489
	III. CONCLUSIONES ... ..	490
XXI.	LA REMUNERACION DEL TRABAJO ... ..	493
	I. SALARIO Y PERSONA HUMANA ... ..	493
	a) El salario, dimensión ético-moral ... ..	493
	b) Criterios de justicia en la remuneración del trabajo. ... ..	496
	1. Nivel de vida digno ... ..	497
	2. Correspondencia del salario a la efectiva aportación del obrero ... ..	501
	3. Situación económica de la empresa ... ..	503
	4. Respeto al bien común nacional e internacional. ... ..	506
	II. SALARIO Y BIEN COMÚN ... ..	507
	a) Salarios y bien común nacional ... ..	507
	1. Las premisas económicas del bien común ... ..	507
	2. Criterios sociales en la fijación de los salarios ... ..	512
	b) Salarios y bien común internacional ... ..	514
	III. CONCLUSIONES ... ..	516
XXII.	LA SEGURIDAD SOCIAL A NIVEL DE EMPRESA ... ..	521
	I. LA SEGURIDAD SOCIAL EN GENERAL ... ..	521
	a) Noción de Seguridad Social ... ..	521

	Págs.
b) <i>Antecedentes de la Seguridad Social</i> ... ..	522
1. La caridad organizada y la Beneficencia ... ..	522
2. La acción de las Asociaciones Profesionales ... ..	523
3. Contractualización de los remedios ... ..	523
4. El Seguro Social ... ..	524
5. La Seguridad Social ... ..	524
c) <i>Directrices institucionales de la Seguridad Social</i> ...	525
1. Relación entre Seguridad Social y nivel económico.	526
2. Contribución a su sostenimiento ... ..	526
3. Intervención de los beneficiarios ... ..	527
4. Seguridad Social y libertad individual ... ..	527
5. Principio de economía y de unidad ... ..	528
6. Su carácter técnico ... ..	528
7. Monopolio de gestión y ánimo de lucro ... ..	529
II. LA EMPRESA Y LA SEGURIDAD SOCIAL ... ..	530
a) <i>La acción de la empresa en la Seguridad Social</i> ... ..	530
1. Misión de ayuda y mediación ... ..	530
2. La empresa como entidad aseguradora directa ...	532
b) <i>Problemática moral de la Seguridad Social a nivel de</i> <i>empresa</i> ... ..	533
1. La afiliación y sus problemas ... ..	533
2. La cotización y principales cuestiones que suscita.	540
3. Problemas que plantean las prestaciones ... ..	544
III. CONCLUSIONES ... ..	546
XXIII. LIBERTAD DE CONTRATACION LABORAL Y HUELGA ... ..	551
I. PERSONA HUMANA Y LIBERTAD EN EL CONTRATO DE TRABAJO ... ..	552
a) <i>Libertad de contratación y persona humana</i> ... ..	552
b) <i>Raíces de limitación de la libertad en el contrato de</i> <i>trabajo</i> ... ..	554
II. TUTELA Y LESIÓN DE LA LIBERTAD EN EL CONTRATO DE TRABAJO ...	556
a) <i>Contratación de salarios inferiores al mínimo vital.</i>	557
1. Contratación de salarios, inferiores al mínimo vi- tal, no fijados por el Estado ... ..	557
2. Salarios fijados por la autoridad pública ... ..	559
b) <i>Contratación de salarios superiores al mínimo vital.</i>	560
1. Libertad de asociación ... ..	561
2. Libertad en la actuación ... ..	563
3. Libertad de decisión ... ..	565
III. LIBERTAD DE CONTRATACIÓN LABORAL Y HUELGA ... ..	567
a) <i>La huelga: su origen y naturaleza</i> ... ..	567
b) <i>Reconocimiento jurídico de la huelga</i> ... ..	570
c) <i>Valoración moral de la huelga</i> ... ..	573
IV. CONCLUSIONES ... ..	578

---

	<u>Págs.</u>
XXIV. LA SUPERACION DEL SALARIADO ... ..	583
I. MEJORAS EN LA RETRIBUCIÓN LABORAL ... ..	585
II. SUPERACIÓN DEL RÉGIMEN DE SALARIADO ... ..	588
a) <i>La participación en los beneficios</i> ... ..	589
b) <i>La participación en el capital</i> ... ..	593
c) <i>La participación en la gestión</i> ... ..	596
d) <i>Cogestión y contrato de sociedad</i> ... ..	602
III. CONCLUSIONES ... ..	605
INDICE DE AUTORES ... ..	609
INDICE DE MATERIAS ... ..	613