

que los hacen aceptables, la buena calidad y la baratura. Como quiera que son muchas las necesidades, y las condiciones del mercado cambian constantemente según la oferta y la demanda, según el acopio ó la escasez, la abundancia de capitales ó el retraimiento de los compradores, etc., etc.; de ahí que este aparato distribuidor,—como diría Spencer,—que llamamos comercio, se encargue de colocar cada mercancía allí donde puede tener salida en buenas condiciones.

Con el adelanto de la civilización y los progresos del comercio se han ido constituyendo pueblos exclusivamente comerciantes; de ahí la existencia de pueblos que comercian con lo que ellos producen ó consumen (1), y de sociedades y pueblos que trafican con lo que producen los demás, ó con lo que los demás consumen.

## II

156.—Un pueblo agrícola ó un pueblo industrial no puede vivir, no puede funcionar, sin un doble movimiento mercantil; esto es, un movimiento de importación de primeras materias y un movimiento de exportación de artículos elaborados. Si este pueblo agrícola é industrial consume todo lo que produce, su comercio exterior será casi nulo; pero en una comarca extensa puede haber un activo comercio interior, pues mientras unas regiones pueden dedicarse á la producción de primeras materias, el cultivo del cáñamo ó lino, por ejemplo, otra región se dedicará á la producción de manufacturas de cáñamo y lino, hilados ó tejidos. En este caso, si tiene sobrantes, se verá en el caso de exportar, de lo cual se originará una corriente comercial en el exterior. Pero supongamos que insensiblemente, y por virtud de la abundancia de las primeras materias y por

(1) Gilbert, ob. cit., pág. 9., hace notar y desarrolla el tema de que el comercio de un país depende de su consumo, el cual regulará sus importaciones. Sin embargo, no es absolutamente exacto sino en el sentido de que se trate de un pueblo que no produzca en abundancia ninguno de los artículos que consume.

otras causas, ha ido tomando gran incremento la fabricación de tejidos de lino, en términos que se abastece á toda la comarca y aun queda un grandísimo sobrante para exportar, y supongamos también que hay un gran mercado donde se consumen los tejidos de lino, extraordinariamente, pero con cuyo punto no se tienen relaciones comerciales directas. De esta necesidad de exportar y de la falta de relaciones directas llegan á apercibirse los comerciantes de una ciudad que está en relación con el punto de producción y con el punto de consumo, y desde luego hacen cuantiosos pedidos á los centros fabriles, acaparan la mercancía, promueven la escasez, y cuando los precios están subidos venden los tejidos de lino que tenían en depósito en el punto de consumo y realizan un buen negocio. Este pueblo intermedio comercia con lo que producen los demás.

Por último, un pueblo puede comerciar á la vez con lo que produce y con los artículos de producción ajena.

Es verdad que pueden existir pueblos que sostengan un pequeño comercio á pesar de no tener producción alguna; pero es indudable que en la historia del comercio este fenómeno carece de verdadera importancia.

La población del Escorial, antes de instalarse la fábrica de chocolates de Matías López, necesariamente había de sostener un comercio—bien que muy pequeño—de importación de mercancías, pues todo lo que consumían sus habitantes no lo producía la misma población del Escorial. Los que visitaban el magnífico y sombrío monumento de Felipe II dejaban pequeñas sumas en la población, la cual vivía de esto y de las asignaciones del Gobierno para la conservación del edificio y sostenimiento de la Escuela de Montes instalada en dicho Real sitio. Todos los recursos de la población nacerán de estas cantidades de dinero que ingresan en ella con ocasión del Monasterio y de la Escuela de Montes, y únicamente su comercio será de importación para el exclusivo consumo de sus habitantes. Es evidente que este comercio jamás podía tomar grandes proporciones y no había jamás de ser activa la circulación del dinero. Desde el momento en que D. Matías López instaló su fábrica de chocolates, se promovió un doble movimiento mercantil: importación de materiales de construcción para la fá-

brica, habitaciones y talleres; importación de maderas, hierro y maquinaria, correas para las transmisiones y aparatos para la fabricación de chocolate, y una corriente continua de cacao, de azúcar, de artículos coloniales para la fabricación del chocolate, y una corriente no menos continua de aceites y otros artículos para el engrasado de las máquinas, de papel y madera para el embalaje, etc., etc.; á su vez hay un gran movimiento de exportación de chocolate elaborado, que ocasiona un gran movimiento de importación de dinero, con el cual se paga la construcción de los edificios, el precio de las máquinas, los gastos de dirección y montaje, el coste de las primeras materias que se emplean en la elaboración, y el salario de mayordomos y operarios, y los gastos del personal facultativo, honorarios de la gerencia y parte de ganancias, etc., etc.

El comercio que se ciñe y concreta á las necesidades del consumo, es, por decirlo así, la forma primitiva del comercio y revela una mínima expresión en el movimiento mercantil. Crece este comercio, adquiere grandes proporciones cuando por virtud de una producción cualquiera, especialmente la fabril, hay un doble movimiento de importación y exportación de mercancías, que corresponden igualmente á otro doble movimiento de importación y exportación de dinero; pero crece más y más cuando, no solamente satisface las necesidades del mercado propio, sino también las del mercado ajeno.

157.—Supongamos en el caso citado al principio de este capítulo, que la primitiva aldea, transformada en populosa ciudad por efecto de las aguas minerales que atraieron forasteros en un principio, y sobre todo por las minas de carbón de piedra encontradas más tarde, únicamente estaba unida por medio de un tranvía con una línea de ferrocarril, que partía de una ciudad mercantil que fuese á la vez puerto de mar. Supongamos que en esta última ciudad abundan los capitales, las instituciones y los conocimientos mercantiles, que precisamente hacían falta en la primera; no tardarán los comerciantes del puerto de mar en interesarse en la explotación de las aguas minerales y en el negocio de las minas de carbón. Suscribirán gran número de acciones y por mayoría de capital serán árbitros de las empresas y sociedades que las explotan. Entre tanto procu-

rarán que los dueños de las minas no vendan directamente el carbón á los centros consumidores, antes al contrario, lo harán por su cuenta á boca mina y procurarán venderlo donde les tenga cuenta, abriendo fácilmente mercados y procurando con singular habilidad que los productores no sepan cuáles son los puntos consumidores y los centros fabriles en que se paga á buen precio. Lo propio harán con las aguas minerales, y al cabo de algún tiempo la ciudad productora será mercantilmente tributaria del puerto de mar y centro comercial que acapara todos sus negocios.

Cuando se habla en la historia de grandes pueblos mercantiles, Fenicia, Cartago, Repúblicas italianas, Venecia y Barcelona en la Edad Media, Liverpool, Génova y Marsella en la Edad Moderna, entiéndase que se hace referencia á pueblos que comercian en grande escala, no para satisfacer las necesidades de su mercado, sino para abastecer el mercado ajeno; no para comerciar con lo que producía su agricultura y su industria, sino que comerciaban con lo que producían ellos y los demás y con lo que los demás consumían, siendo intermediarios por lo que respecta á cada mercancía entre los pueblos productores y los consumidores.

### III

158.—Es indudable que las condiciones locales de una región ó comarca determinada pueden influir en la vida y desarrollo del comercio (1), y así es como el capricho, la moda, los gustos y aficiones de una época favorecen la producción de un artículo de lujo y fantasía y el comercio de este artículo. No se crea, empero, que estos gustos y aficiones, cuando son colectivos ó de una sociedad en general, nacen sin ley y razón al-

(1) La Persia venía á ser la estación media del comercio entre el Oriente y el Occidente, y estaba cruzada por muchas carreteras, entre otras, la línea de correos entre Susa y Sardes y los antiguos caminos de la Asiria y la Media. Justi, *Historia de la antigua Persia*, edic. esp., pág. 31.

Influye mucho en el comercio de una ciudad el que tenga un buen puerto. Sobre el de Corinto, véase Du Mesnil Marigny, *Histoire de l'écon. polit.*, tomo III.

guna; pues por más que parezca el capricho árbitro del gusto y de la moda, ello es que todo lo que en el mundo y en la sociedad existe tiene su ley y razón de existencia. Debemos consignar, empero, que las causas más extrañas producen á veces efectos extraordinarios, y no es en estas páginas donde corresponde estudiar la ley á que obedecen las maneras y la moda (1). De igual manera suele acontecer á veces que un sentimiento religioso, una superstición, una costumbre extraña es causa de que se desarrolle una especie animal ó vegetal, como el cocodrilo en Egipto, la serpiente en Dahomey, las palomas ó banyan (*ficus religiosa*), así también un fenómeno insignificante es causa de que el uso adopte un artículo superfluo, lo extienda, lo vulgarice y le dé una aplicación extraordinaria, con lo cual tome gran incremento la fabricación del mismo y se extienda su comercio. Así también á veces se enriquece una comarca por pura casualidad y por causas muchas veces las más inesperadas. El comercio de un país, ha dicho Gilbert (2), depende de su posición geográfica con respecto á otras naciones, de igual manera que los negocios que hace una casa de comercio al por mayor ó un almacén dependen del sitio que ocupa en la ciudad, y su posición se encontrará mejorada según los medios de comunicación exterior é interior (3).

#### IV

159.—Las condiciones personales de los pueblos que comercian deben tenerse en cuenta para explicarse muchas veces el poderío mercantil de un pueblo. Gilbert (4) hace notar que el carácter especial del pueblo egipcio no era el más á propósito

(1) Como ensayo acerca de las maneras y la moda, puede estudiarse á Herbert Spencer, *Estudios políticos y sociales*, versión del inglés de Siro García del Mazo; Madrid, 1886, págs. 160 y siguientes.

(2) Gilbert, ob. cit., pág. 13.

(3) Gilbert, ob. cit., pág. 14.

(4) Gilbert, ob. cit., pág. 23.

para las empresas mercantiles, pues cree que los antiguos egipcios eran perezosos, indiferentes para toda suerte de comodidades y regalos de la vida, poco amigos del lujo, algo insociables, y opina que su carácter fué el principal obstáculo para el desarrollo de su comercio (1). En cambio los cartagineses, activos, emprendedores, amantes de la justicia (2) y que tenían en gran estima y consideración á las riquezas (3), poseían como sus antecesores los fenicios en alto grado cualidades propiamente comerciales, especialmente deseos de hacer fortuna, acompañados de hábitos de ahorro y economía. Los pueblos comerciantes suelen ser emprendedores, activos y expansivos; notándose, en cambio, que los industriales son más retraídos; pero téngase en cuenta que á veces, aun sin carácter especial para el comercio, las necesidades de éste obligan á que se transforme el carácter de los habitantes (4).

(1) Gilbert, ob. cit., pág. 25. Al ocuparse este autor del carácter de los griegos, hace notar que eran muy supersticiosos, poco amigos de cumplir lo que prometían solemnemente, muy amigos de litigios y procesos y poco amigos de ocuparse de los negocios; en cambio amaban demasiado los placeres y tenían sobrados días de fiesta (Gilbert, ob. cit., pág. 55).

(2) Gilbert, ob. cit., pág. 92. Hago las citas con indicación de las páginas, porque en el punto designado hallará el curioso lector el desarrollo del tema, demostrándose por el autor inglés cómo influyen en el desenvolvimiento del comercio las cualidades y condiciones indicadas en el texto.

(3) Gilbert, ob. cit., pág. 94.

(4) Es indudable que hay cualidades de pueblo y hasta de raza favorables al comercio y aun á una clase especial de éste. El pueblo judío, á pesar de tener malísimas condiciones para el comercio marítimo, las tenía extraordinarias para el comercio terrestre, especialmente para la banca. Un pueblo sin territorio, que no constituye una nación, sin patria fija, extendido por todo el mundo, amante de sus tradiciones, celoso de sus costumbres, cuyos individuos se apoyan entre sí, dedicados constante y preferentemente al comercio y á la banca, no es extraño que se hayan adaptado de tal modo á la vida comercial, que su carácter esté completamente amoldado á las exigencias de esta vida. Mientras el judío está constantemente perseguido, es banquero y comerciante de joyas, esto es, se dedica á la clase de comercio que le permite trasladar fácilmente su fortuna de un punto á otro, consistiendo ésta en objetos de poco volumen y mucho valor. Hoy, que disfruta de completa libertad, le vemos principalmente en Alemania, Austria, Inglaterra y Francia, dedicado no sólo á la banca, si que al comercio en toda clase de artículos, á la industria fabril y á toda clase de profesiones, artes y oficios.

## V

160.—Son muchas las condiciones especiales económicas y jurídicas, pues todas ellas influyen poderosamente en el desarrollo del comercio ó de las instituciones juridico-mercantiles, que de una manera visible han favorecido al comercio en una región ó en una comarca determinada, ya en un sentido, ya en un artículo, ya en un momento ó época, ya bajo cierta forma y carácter ó bajo especiales condiciones. Gilbart (1), estudiando la historia de Cartago, ha observado por virtud de qué causas las naciones desenvuelven su comercio, y distingue de momento cuatro fundamentales, á saber: 1.<sup>a</sup>, por la pujanza de su navegación; 2.<sup>a</sup>, por la importancia de sus manufacturas; 3.<sup>a</sup>, por la fundación de colonias; y 4.<sup>a</sup>, por la acumulación de capitales. Estos se forman muy lentamente á fuerza de trabajo, inteligencia y economía, y sabiendo guardar y mejorar una generación los ahorros y capitales acumulados por las que la precedieron; un pueblo ávido de goces, pero que no sea á la vez industrial y trabajador, pronto carecerá de capitales y costumbres comerciales, como le sucedió á la antigua Sibarys; en cambio, un pueblo que tenga conciencia de lo que valen la fortuna y las riquezas, y al propio tiempo tenga hábitos de previsión y economía, conservará y acumulará capitales (2).

Hay muchos países, especialmente los meridionales, en que es poco menos que desconocida la ambición personal. En ellos se observa, que cuando un hombre ha logrado obtener una fortuna regular, con cuya renta puede vivir modestamente, aban-

(1) Gilbart, ob. cit., pág. 66.

(2) Gilbart, ob. cit., pág. 96. En Cartago, según hace notar Gilbart, las altas funciones del Estado sólo eran accesibles á los ciudadanos provistos de alguna fortuna, y de paso observa que el rango, el talento, la elocuencia, el saber y el valor moral son muy respetables, pero carecen de influencia sobre los demás hombres si el que posee estas cualidades carece de fortuna; y si bien atraen la admiración, debemos reconocer que sólo la riqueza da la pujanza y valimiento.

dona toda ocupación, y, como suele decirse, vive de renta, y se libra de todo cuidado, incluso el de administrar su patrimonio. En estos países, en donde se nota esta tendencia, no prosperará la industria y el comercio. Los países que hoy marchan á la cabeza de la civilización son los que tienen menos gente inactiva y perezosa. En los pueblos salvajes y atrasados apenas se concibe la posesión de un objeto, como no sea para gozarlo inmediatamente. Los niños, cuando tienen una moneda, por más que sea de poco valor, ya se creen que todo podrán comprarlo con ella, y su imaginación se exalta con la idea del sin número de golosinas y juguetes que adquirirán con ella. Los jóvenes imprevisores que heredan una fortuna, la derrochan en cosas superfluas y en procurarse el mayor número de goces posible; en cambio los que desde pequeños están acostumbrados al trabajo y saben lo que cuesta ganar el dinero, cuando adquieren un capital lo emplean en cosas útiles, y procuran colocarlo en condiciones de seguridad y buena renta. En los pueblos atrasados, en que no hay hábitos mercantiles, no se da importancia á las riquezas, ni se tiene conciencia verdadera del fin social del dinero. En Andalucía, la gente que reúne un pequeño capital, se retira del negocio; en cambio, en Cataluña, hombres que reúnen una fortuna que haría las delicias de los habitantes de otros países, colocan sus capitales en la industria y el comercio, y trabajan á veces todas las horas del día y parte de la noche. En España y en Italia, especialmente en las regiones meridionales, se nota que mucha gente viste con lujo y se da aires de gran señor, y muchas veces no tienen ahorros para una eventualidad cualquiera; en cambio, en Francia, nación inteligente, comercial y práctica, todo el mundo trabaja, prefiriendo una posición sólida á las apariencias, procurando mirar todos los actos de la vida bajo el punto de vista mercantil. En Cataluña, donde siempre se ha tenido gran consideración á las riquezas (1), predominan las costumbres de Francia y di-

(1) En Cataluña, ahora y siempre, se ha procurado huir de las privaciones y escasez, ensalzando el trabajo y la riqueza, base del bienestar social; sintetizando esta opinión y general manera de sentir en el Principado, An-

facilmente se encuentran gentes que se concreten á vivir de su renta, aun cuando disfruten de regular fortuna. Por último, en Inglaterra y en Francia vemos hombres millonarios engolfados en los negocios, que no dejan inactivos su inteligencia y sus capitales, con lo cual dan á comprender que conocen la delicada misión que corresponde á los hombres de fortuna y á los que ocupan los puestos más elevados en la sociedad.

161.—La formalidad en los contratos es otra de las condiciones que favorecen al comercio (1), y de igual manera que nadie quiere tener negocios ni relaciones mercantiles con personas informales, así también sería un obstáculo para la prosperidad mercantil de un pueblo la carencia de formalidad (2).

Es hasta vulgar y trivial decir que el comercio recibe especial influencia del estado moral, social y político de un pueblo, de las condiciones de libertad bien entendida, y seguridad á la vez de que disfrute; y es sabido que la guerra, la tiranía, la opresión, el despotismo, la intransigencia, la falta de buena policía, afectan á la libertad individual y á la seguridad personal. El progreso de la vida política (3) trae equilibrio de los poderes del Estado, buena administración y orden social; sobre todo orden, de que tan necesitado está el comercio. Así también influye en la vida mercantil el desarrollo de las instituciones

---

drés Bosch en aquellas palabras: «Per probresa y com se ha de entendre esta pobresa, já está declarat per Tiraquello, de aquí no faltan escriptors que afirmen que la pobresa se té per vilesa, y no es noble sino que gosa de tres coses: generació, honors y riquesas; y quant les riquesas faltan, se borran las memorias de la noblesa, y en cas resten no son sino menyspreu, escarn y barla.» (Andrés Bosch, *Summari Index ó Epítome dels admirables y nobilíssims títols de honor de Catalunya, Rosselló y Cerdanya, y de les gracies, privilegis, prerrogatives, preheminiencies, llibertats é immunitats gosan segons les propietats y naturals lleys*, any 1623. Estampa de Pere Lacavalleria en la fidelíssima vila de Perpinyà.)

(1) *Lectures sur l'histoire et les principes du commerce chez les anciens*, par J. W. Gilbart, pág. 131 y siguientes.

(2) Acerca de los hábitos de seriedad, formalidad, veracidad, etc., véase Tylor, *Antropología*, edición española, páginas 473 y siguientes, y Sumner Maine, *L'ancien Droit*, París, 1874, páginas 295 y siguientes. Acerca de las condiciones sociales en general, véase el importantísimo capítulo de la citada obra de Tylor, *Antropología*.

(3) Para el estudio de las instituciones políticas, véase la reciente obra de Ch. Letourneau, *L'Evolution politique dans les diverses races humaines*; París, 1890.

de derecho (1), y muy particularmente las que regulan los intereses, prácticas, usos y costumbres mercantiles (2), y las acertadas disposiciones administrativas, especialmente las que corresponden á servicios públicos é impuestos.

## VI

162.—Además de las indicadas anteriormente, existen condiciones especiales de inteligencia, de cultura y de poderío de los pueblos y sociedades, que determinan el carácter comercial y la supremacía mercantil de unos sobre otros. Hemos hablado en capítulos anteriores de la influencia del desarrollo de las artes (3), de las ciencias (4) y de la cultura en general sobre el comercio, y ahora nos toca hacer observar que caracteriza á un pueblo adelantado, civilizado y de necesidades complejas la existencia de un gran movimiento mercantil. La vida activa de los pueblos modernos exige como condición precisa la activa circulación de mercancías y de dinero, el rápido movimiento de las riquezas, en una palabra, una gran actividad mercantil, más intensa cuanto más complejas sean las necesidades de la sociedad y mayor la cultura de que disfrute. El movimiento comercial y fabril indican la vitalidad de un pueblo.

---

(1) Acerca de la formación de la conciencia moral de un pueblo, véase Lubbock, *Orígenes de la civilización*, capítulo 8.º, y sobre el desarrollo de la legislación, leyes formalistas, obra citada, capítulo 10, y Goguet, *Origine des lois et du gouvernement*.

(2) Así lo demostraría una colección completa de leyes mercantiles, desde las que publicaron Bochoris, Rey de Egipto, y sus sucesores hasta los Códigos modernos. (Acerca de las más antiguas disposiciones relativas al tráfico, véase Goguet, *Orig. des lois*, edición citada, tomo III, páginas 129 al fin.)

(3) Sobre este punto puede consultarse Daux, *L'Industrie humaine*, páginas 247 y siguientes, que se ocupa del desarrollo de las artes gráficas, así como de las consecuencias del adelanto de las ciencias matemáticas (pág. 307) y astronómicas.

(4) Acerca de la influencia de los conocimientos geográficos sobre el comercio, puede consultarse lo que dice Tylor, *Antropología*, edición española, páginas 300 y siguientes; Draper, en su *Historia del desenvolvimiento intelectual*, describe la influencia y los efectos de cada uno de los adelantos y descubrimientos científicos; y Scherer, en su *Historia del comercio*, y Humboldt, en el *Cosmos*, describen la influencia de los conocimientos geográficos.

No toda condición está contenida y expresada en el solo aspecto del movimiento, pues el comercio presenta distintos caracteres según el grado de inteligencia, de cultura y de poderío de cada pueblo. Refiere Dahn (1), que los bufones entre los germanos se dedicaban al comercio introduciendo géneros de manufactura romana. Los pueblos comerciantes de la antigüedad enviaban artículos elaborados á los pueblos más atrasados en cambio de primeras materias. El comercio que hacen hoy las naciones civilizadas con las tribus africanas, es el de venta de artículos manufacturados, principalmente tejidos, á cambio de productos naturales que obtienen los salvajes sin gran esfuerzo. La historia del antiguo Egipto enseña (2) que este pueblo importaba primeras materias para sus industrias y exportaba artículos elaborados.

Por regla general, los grandes pueblos mercantiles no han prosperado en puntos donde el terreno es extraordinariamente fértil (3), siendo múltiples y muy complejas las distintas condiciones que incidentalmente favorecen al comercio, ya porque influyen en el desarrollo de un ramo especial de la producción, ya porque han hecho aumentar la población, ya por otras causas (4).

(1) *Historia primitiva de los pueblos germánicos y romanos*, edición española, por F. Dahn.

(2) Véase Du Mesnil Marigny, *Histoire de l'économie politique*, pág. 315, tomo I.

(3) La América central y meridional, y ciertas comarcas del Africa han sido explotadas por pueblos cuyo terreno no era fértil; en cambio los indígenas no revelaron sus aptitudes mercantiles. El comercio aumenta con la población, y es indudable que los más fértiles no son aún hoy los más habitados. El Brasil, cuyas riquezas y buena calidad del terreno son incomparables (véase la descripción que hace Henry Thomas Buckle en su *Histoire de la civilisation*, Paris, 1865, tomo I, pág. 121), no es, sin embargo, la región más habitada. El suelo de la antigua Grecia no era muy fértil (Du Mesnil Marigny, *Histoire de l'écon. polit.*, tomo III, capítulo 1.º). Tampoco lo eran las comarcas donde constituyeron sus emporios los fenicios, ni los cartagineses, ni el suelo de la antigua Venecia, ni el de la antigua Barcelona (véase mi libro *La riqueza de Cataluña*), y es que el comercio nace principalmente de los pueblos emprendedores, que se han formado luchando con el mar ó con una tierra estéril é ingrata, porque como dicen los italianos: «Ma l'huomo sa lottare colla natura e din quella lotta stá anzi la civiltá.»

(4) Sobre este punto puede consultarse con fruto en Martí de Eixalá y Durán y Bas, *Instituciones de Derecho mercantil*, octava edición, páginas 99 á 107 inclusive.

## CAPÍTULO IV

Continuación del tema anterior.—Condiciones y caracteres del comercio.

163.—Al estudiar Boccardo las condiciones de prosperidad del comercio, las divide en físicas, intelectuales y morales y económico-legales (1), las cuales hemos analizado en los capítulos anteriores; pero nos resta examinar el comercio según sus caracteres y la manera como se verifica, lo cual nos dará pie para indicar las divisiones del mismo. El ilustre profesor italiano establece la división según el objeto ó mercancías sobre que se aplica y según el modo como viene practicándose. Bajo el primer aspecto dice que hay tantas especies y clases de comercio cuantas son las mercancías y los valores sobre los cuales el tráfico se ejercita; así decimos comercio de artículos coloniales, comercio de dinero ó banca, etc. Cabe, á mi entender, formular una división que comprenda bajo cuatro denominaciones genéricas las formas de comercio según el objeto sobre que se especula, pues entiendo que la fórmula de Boccardo es algo vaga. A mi entender, podemos dividirlo en

- 1.º Comercio de mercancías en especie.
- 2.º Comercio de dinero ó banca.
- 3.º Comercio de valores fiduciarios.
- 4.º Especulación sobre los servicios ó trabajo del hombre.

(1) *Dizionario universale de economia politica e commercio*, de Gerolamo Boccardo, Milano, 1881, art. Commercio. Acerca de la influencia económica de los principales elementos topográficos de una comarca, costas marinas, etc., véase la *Física del Globo*, de Gerolamo Boccardo.