

§ 4.º CARÁCTER MODERNO DEL DERECHO MERCANTIL.

SUMARIO: 10. Posición del problema.—11. Contenido del Derecho mercantil moderno. El comercio en su aspecto económico y jurídico. Materia de Comercio.—12. Ampliación creciente del contenido del Derecho mercantil.—13. Naturaleza y caracteres del Derecho mercantil. Posición del mismo frente al Derecho civil.

10. El estudio del moderno carácter del Derecho mercantil exige una investigación doble, porque el Derecho mercantil moderno puede considerarse, tanto en orden a su *contenido*, o sea a las relaciones sociales que regula, como desde el punto de vista *formal*, o sea de la estructura y naturaleza de los preceptos jurídicos que lo integran. Claro está que ambos problemas están íntimamente enlazados de tal suerte que no son sino dos aspectos del mismo problema, y es natural que la clase de las relaciones reguladas determine la estructura formal de las normas reguladoras.

Debemos advertir que al hablar del Derecho mercantil moderno queremos referirnos principalmente al *Derecho mercantil positivo italiano*, cuya exposición es la materia de nuestro estudio.

11. D) *Contenido del Derecho mercantil moderno. El comercio desde el punto de vista económico y jurídico. Materia de Comercio.* Como hemos visto, y como su nombre mismo indica, el Derecho mercantil es aquel que regula las relaciones *del comercio económicas*: el concepto *económico* del comercio es, por lo tanto, el supuesto inexcusable de nuestra investigación, toda vez que el comercio, en sentido *económico*, histórica y conceptualmente, es lo que constituye el núcleo

ella los años 1905-1906. Las actas de esta Comisión se publicaron en dos volúmenes, Roma, Imprenta Cecchini, 1905-1907. Continuó trabajando y recogió las conclusiones de la Conferencia; y los proyectos de reforma parcial se enviaron al Parlamento; suspendidos con motivo de la guerra, continuaron al terminar ésta. Los Decretos de 22 de agosto de 1918, 5 de octubre de 1919, 10 de marzo de 1921, reconstituyeron la Comisión, que se fusionó después con la creada para la reforma de los Códigos, designada por Real decreto de 3 de junio de 1924 para cumplimiento de la ley de 30 de diciembre de 1923, citada en el texto. Acerca del problema de la autonomía del Derecho marítimo, v. Bonnacasse: *Le particularisme du Droit commercial maritime*, Burdeos, 1921, y sobre ello, Asquimi, en *Arch. giur.*, IV serie, vol. IV, 1922, página 216 y siguientes.

fundamental y característico de las relaciones regidas por el Derecho mercantil.

El *cambio* es un fenómeno de incalculable importancia en la vida moderna: la casi totalidad de la riqueza actual no se produce para consumirla directamente el productor, sino para cambiarla con otras riquezas; los productos se estiman sólo como *mercancías*, esto es, como cosas destinadas al cambio: nuestra industria, nuestras aptitudes, nuestra inteligencia, se dedican casi siempre a satisfacer necesidades ajenas, no las nuestras; y he ahí por qué nosotros valoramos las cosas, no conforme a la mayor o menor utilidad que puedan tener *para nosotros*, sino únicamente conforme a su valor en cambio, esto es, conforme a su utilidad para *los demás*. Débese el fenómeno cambio a la división del trabajo; todos, al producir más y mejor por dedicarse a una sola clase de trabajo, motivan la especialización de éste, y con ello el cambio. Muchísimos son los beneficios que éste reporta, pero nos limitaremos a enumerar sólo dos: que permite utilizar del mejor modo posible una cantidad de riqueza que de otra suerte quedaría inútil como superior a las necesidades del que la produce, y permite aprovechar una capacidad productiva que de otra suerte quedaría inactiva, puesto que hace que cada uno regule su propia producción, no conforme a sus necesidades, sino a sus aptitudes (57).

El progreso de la civilización y la amplitud incesante del mercado, primero circunscrito a la ciudad, que después pasa a la nación para transformarse luego en colonial, y hoy universal, han ido dificultando crecientemente el cambio directo entre productor y consumidor, no obstante las progresivas y actuales mejoras de comunicaciones. Al convertirse el mercado en universal, no es posible el cambio internacional sin conocer perfectamente las circunstancias del consumo y producción en las distintas plazas y sin numerosas relaciones en países variadísimos y muy lejanos, y sin un activo y asiduo trabajo de conquista de mercados tan varios. Hay que estudiar las existencias que se acumulan en las distintas plazas; las mercancías que están en camino, las cosechas posibles, los sistemas monetarios y de pesas y medidas de los distintos países; prever las oscilaciones del cambio, saber las costumbres distintas, los descuentos cambiarios y no cambiarios, embalaje, aprovisionamiento, estimular las compras con circulares, propagandistas, viajantes, *reclamos* de todas clases. Todo esto exige conocimientos técnicos especiales, consume actividades, implica riesgos,

(57) Véase Gide: *Principes d'économie politique*, pág. 211 y siguientes, París, 1901, 7.ª ed.

pero, por otra parte, constituye una función de indudable utilidad. Por último, posibilitar y facilitar el cambio, representa aumentar el valor de los productos, puesto que, como es notorio, el valor de ellos depende precisamente de la mayor o menor facilidad de cambiarlos por otros. Esta función, pues, este empleo de la actividad humana encaminada a procurar o facilitar el cambio es una de las ramas de la producción económica, que constituye precisamente la industria comercial o comercio (58); industria que, en obsequio al principio de la división del trabajo, la ejercitan profesionalmente personas que especulan convirtiéndose en intermediarios entre el que produce y el que consume, para aproximar la demanda y la oferta, facilitar así los cambios; y estos son los llamados *comerciantes*. Ciertamente que hoy la función de estos intermediarios profesionales disminuye en importancia, porque los productores propenden constantemente y se esfuerzan en ponerse en relación directa con los consumidores; pero esto no quiere decir que desaparezca, ni mucho menos, la *función social y económica del comercio*. Las asociaciones de productores ocupan el lugar de los comerciantes y *sustituyen* al intermediario. Pero precisamente porque lo sustituyen es por lo que ejercen sus funciones; sólo que estas asociaciones producen para sus miembros, esto es, de los mismos productores.

Tal es el concepto económico del comercio. No obstante, nos hallamos muy lejos de haber fijado el ámbito de aplicación del Derecho mercantil, o sea, su contenido moderno, y por varias razones.

Como hemos visto, según el concepto que la opinión general tiene del Derecho mercantil, es aquella parte del sistema jurídico que sólo regula las relaciones privadas relativas al comercio; esto es, una parte del Derecho *privado*. Por eso las reglas del Derecho mercantil, como veremos en seguida, y frente al conjunto de normas que en general gobiernan las relaciones privadas (Derecho *civil* y *común*), son normas *especiales* o *extraordinarias*; por eso es natural que la ley misma indique qué relaciones se sustraen al Derecho común y han de someterse al Derecho especial o extraordinario. Toda legislación singular

(58) Véase Gide, op. cit., pág. 218 y siguientes; Vivante: *Trattato di Diritto commerciale*, 5.^a ed., I, n. 37 y siguiente; Manara: *Gli atti di commercio secondo Part. 4 del Cod. di comm. ital.*, Torino, 1887, n. 12 y siguiente; Vidari: *Corso di Diritto commerciale*, Milán, 1900, 5.^a ed., n. 21 y sig.; Goldschmidt: *Handbuch des Handelsrechts*, Stuttgart, 1875, 2.^a ed., § 40, y 3.^a ed. (con el título: *Universalgeschichte des Handelsrechts*), Stuttgart, 1891, § 1; Behrend: *Lehrbuch des Handelsrechts*, Berlín, 1896, § 1; Thaller: *Traité élém. de Droit comm.*, n. 6 y 7.

para una determinada materia incluida en una vasta serie de relaciones regulada por alguna de las grandes ramas del Derecho, presupone inexcusablemente la existencia de una o más normas que precisen exactamente tal materia (59). Pero para la materia que rige el Derecho mercantil, el principio directriz o *delimitativo* no puede consistir en una pura y simple remisión al concepto económico del comercio, que es harto incierto y discutido para que el legislador pueda fiar en él en cuestión tan importante como los límites del ámbito de aplicación del Derecho mercantil.

Es necesario más: en momento alguno de la evolución del Derecho mercantil ha coincidido el concepto *económico* del comercio, con el concepto *jurídico* de la *materia* mercantil; desde un principio no sólo se sometían al imperio de los estatutos y a la autoridad de los jueces mercantiles las condiciones nacidas de *causa mercaturae*, sino también las motivadas *occasione mercaturae*; y desde los primeros tiempos las cosas del *cambio* estaban sometidas al imperio de la ley y jurisdicción mercantiles, como asimismo cuanto pertenecía a la profesión de los banqueros (60); hoy, por último, el campo de aplicación del Derecho mercantil ha desbordado los límites del puro y simple comercio en sentido económico.

Innegable es, por tanto, la necesidad de que el *legislador* señale

(59) Este problema de las normas excesivamente *determinantes* o *delimitantes*, que no encierran un mandato ni una prohibición, sino que señalan únicamente el alcance de otras normas realmente imperativas, se enlaza con el problema del carácter imperativo del Derecho, ya que representan un caso de aparente excepción al principio de la naturaleza general imperativa del Derecho. V. sobre el particular, Del Vecchio: *Il concetto del Diritto*, Bologna, 1912, 2.^a ed., págs. 81 y siguientes; Thon: *Rechtsnorm und subjektives Recht*, Weimar, 1878, pág. 347, n. 51, y von Thur: *Das allgemeine Teil des deutschen bürgerlichen Rechts*, Leipzig, 1910, pág. 23, estiman las normas determinativas como parte de las normas jurídicas a que se refieren. A. Magri: *Le materie commerciali*, cap. I, pág. 1 y siguientes; hay que atribuirle el mérito de haber hallado caracteres especiales en aquellos preceptos en que la ley señala el contenido del Derecho mercantil o *materia de comercio*; las llamo *sistemáticas* en oposición a las demás destinadas a regular lo que ellas delimitan, que designa con el nombre de *dispositivas*; nomenclatura no exenta de reparos porque induce a confusión con otras distinciones conocidas universalmente; tampoco queda muy claro el fenómeno de normas sin contenido imperativo autónomo; aun cuando no son estos los únicos defectos, hay que reconocer, sin embargo, el perspicaz atisbo de la necesidad de estudiar la especial naturaleza de las normas.

(60) Véase más atrás, núm. 4.

las relaciones que el Derecho mercantil ha de regir, o sea, la llamada (art. 1.º del Cód. de com.) *materia mercantil* (61), que es precisamente el conjunto de relaciones que la ley somete al imperio del Derecho mercantil; por consiguiente, este mismo es el que indica las relaciones que ha de regular, y de esta suerte el Código de comercio hace de ley fundamental para señalar la esfera de relaciones privadas que disciplina el Derecho mercantil. Y no vale decir que definiéndolo como el que regula la materia comercial, la regida por el Derecho mercantil, no se define uno ni otra porque utiliza el concepto de uno para identificar el otro (62).

Semejante reparo no es decisivo, porque al afirmar que el señalamiento de la materia comercial se hace al remitirlo a lo que dispone la ley, sólo se dice que el problema de contenido del Derecho mercantil es un problema de *Derecho positivo*. No hay juego alguno de palabras al decir que el Derecho mercantil regula aquel conjunto de relaciones que *disposiciones legales adecuadas* señalan como tales relaciones comerciales y las que a ellas se asimilan, y con este motivo hay que notar, que cuando se habla de materia comercial se quiere fijar el contenido *sustancial* del Derecho mercantil objetivo, o sea, el conjunto de *relaciones sociales* regidas por los preceptos del Derecho mercantil. Por consiguiente, al señalar o determinar la materia objeto de comercio, se tienen presente siempre hechos o *relaciones sociales* que se consideran como tales y no como hechos o relaciones *jurídicas*; cosa tanto más necesaria cuanto que puede inducir a confusión que determinadas normas jurídicas (las delimitativas, o, como otros dicen, *sistemáticas*), señalan qué relaciones *sociales* regula el Derecho mercantil. Ahora bien; esas normas toman en consideración las relaciones que constituyen la materia comercial como relaciones *sociales* y no como relaciones e instituciones jurídicas; y precisamente porque semejantes normas son *delimitativas* y no *intrínsecamente reguladoras*, no pueden mirar las relaciones que las normas mismas delimitan, sino como relaciones sociales, y carecen todavía de eficacia para transformarlas en *relaciones jurídicas*, que es la misión precisamente de las normas reguladoras (63).

(61) Art. 1.º «En materia mercantil se aplicarán las leyes comerciales», etc.

(62) Bolaffio: *Il Codice di commercio commentato*, 5.ª ed., pág. 4.

(63) Mejor que todos, en este sentido, Franchi: *Commentario al Codice di commercio*, I, n. 1, quien define la materia comercial, como un conjunto de elementos o estados de hecho. En la doctrina italiana y extranjera, aunque no se haya acometido de frente el problema, predomina en cambio la opinión

Nos queda por resolver el problema del Derecho positivo: ¿Qué relaciones reputa *comerciales* la legislación italiana, o sea, según nuestro Derecho positivo, qué relaciones constituyen materia de comercio?

No es este lugar adecuado para tratar a fondo el asunto (64); por consiguiente, hemos de limitarnos a examinar el criterio fundamental seguido por la ley. Para señalar la materia comercial, el Código, artículo 346, no ha dado una definición sintética de lo que entiende por

de que la materia comercial comprende «actos jurídicos», o «hechos jurídicos», o «instituciones jurídicas» o «relaciones jurídicas». V. también, Vivante: *Trattato*, I, pág. 1. «Derecho mercantil es aquella parte del Derecho privado cuyo principal objeto es regular las *relaciones jurídicas* nacidas del ejercicio del comercio»; aunque después dice en la pág. 73: «Cuando el legislador habla de actos de comercio, los considera como *negocios*, como *actividades* comerciales, susceptibles de generar obligaciones mercantiles». Lo mismo opina Magri, *Materie comm.*, pág. 78, y entre los alemanes, Goldschmidt: *Handelsr.*, I, § 43 a, quien después de advertir con razón, pág. 470, que la frase «materia de comercio» (*Handelssache*) indica todo estado de hecho perteneciente al comercio—negocios regidos por él u objeto—toda relación mercantil, añade después ya con menos fundamento (pág. 472), que sólo es, en sentido jurídico, materia mercantil «una relación de *derecho privado*, de *derecho procesal* o de *derecho jurídico*». Como además Beherend: *Lehrb.*, pág. 67: «Materia mercantil son las *relaciones jurídicas del tráfico comercial*, para las que hay normas jurídicas mercantiles especiales, y particularmente las del Código de comercio»; tampoco difieren sustancialmente de esto los tratadistas alemanes de esta especialidad que escribieron bajo la vigencia del nuevo Código de comercio. V., por ejemplo, Lehmann: *Handelsrecht*, pág. 60. Ahora bien; aparte de la impropiedad técnica de lenguaje al decir normas que rigen *relaciones jurídicas*, porque las normas *crean* las relaciones jurídicas, y *regulan* las relaciones sociales, considerando las relaciones regidas por el Derecho mercantil como relaciones jurídicas, y, por consiguiente, como *hechos jurídicos* los hechos de que las mismas se derivan, con lo cual, exponiendo la teoría de los *actos de comercio* como la de los *actos jurídicos comerciales*, hay una tergiversación que origina una serie de malas inteligencias. Únicamente Franchi: *Comm.*, pág. 51, n. 4, parece haberse dado cuenta con verdadero significado de la frase «materia de comercio» y acto de comercio, aun cuando después, al aplicar los conceptos, incurra en ciertas ambigüedades. Hay también observaciones muy exactas en Wolff: *Ueber einige Grundbegriffe des Handelsrechts* (Sonder-Abdruck a. d. Festgabe der Berliner jur. Fak. für Gierke), Breslau, 1910, páginas 33 y 34.

(64) Véase a continuación, libro I, n. 111.

comercio jurídicamente. Ello obedece, de una parte, a la dificultad de dar una definición jurídica del comercio, y parte también porque desde hace tiempo el Derecho mercantil amplía su autoridad a muchas relaciones que en realidad no son tales relaciones mercantiles, y por eso la ley ha preferido una enumeración de actos a la indicación sintética del concepto de comercio; actos que reputa como manifestación de la actividad mercantil, o bien de actividad análoga, que deben asimilarse a la comercial; por último, con actividades conexas a unas u otras.

El artículo 3.º señala los *actos de comercio* en número de 24 (el Código de 1865 no comprendía más que 17, y 13 solamente el francés de 1808); el artículo 4.º habla de 25 que se presumen relacionados con el ejercicio del comercio y de carácter demasiado general; y, en fin, el artículo 6.º agrega a los 25 actos de comercio aludidos anteriormente, otros dos: la cuenta corriente y el cheque bancario de procedencia mercantil (65). A continuación veremos si estas 27 clases responden a un concepto de conjunto y cómo pueden clasificarse.

12. Las relaciones que regula el Derecho mercantil han ido multiplicándose cada vez más, de tal suerte, que hoy se ha ampliado el ámbito de su vigencia desmesuradamente. En sus comienzos, el Derecho mercantil tenía una aplicación muy restringida, y más restringida aún era la materia comercial: el tráfico era entonces principalmente local y recaía exclusivamente sobre los productos de la tierra, que en su mayor parte, además, los consumían los productores o vendían directamente a los consumidores en las ferias y mercados; el comercio interlocal nacional o internacional sólo se ocupaba de algunos productos manufacturados, o de algunos frutos agrícolas especialmente valiosos, sobre todo la especiería, drogas y productos exóticos, pero siempre de un limitado número de mercancías; un arancel de aduanas de aquella época hubiera contenido muy pocas partidas. La industria era doméstica y no estaba organizada la mano de obra; los banqueros eran principalmente intermediarios para pagar y no otorgantes de crédito; el seguro no existía sino como negocio aislado de azar, y, por consiguiente,

(65) El grupo más notable de disposiciones *determinativas* de materia mercantil nos lo suministran las disposiciones contenidas en los artículos arriba indicados; pero también hay otras normas con aquel carácter indicativo, entre ellas los artículos 2.º, 8.º, 54, 229, 349, y aun un grupo de preceptos de índole procesal sobre la *competencia* (artículos 869, 870, último apartado del 867 y último también del 923), en los cuales, en definitiva, no se hace más que sujetar a los preceptos del Derecho procesal mercantil las declaraciones procesales a relaciones de Derecho privado material mercantil. (Cons. Magri: *Materia comm.*, pág. 2.)

la actividad de los comerciantes recaía sobre los pocos frutos y pocos productos manufacturados; de consiguiente, era limitado el círculo de personas a las cuales se aplicaban las instituciones comerciales. Las facultades de las corporaciones no recaían sino sobre las personas que las integraban; los estatutos de ellas sólo regulaban las relaciones entre los inscritos en las asociaciones, ocupados en negocios de comercio, y, por tanto, existía una doble limitación que excluía de la competencia de jueces y del Derecho comercial, no sólo todas las relaciones no comerciales de los mercaderes, sino también las relaciones mercantiles entre los miembros de la corporación y extraños a ella; en resumen, el Derecho mercantil era un Derecho eminentemente profesional como derecho interno de la corporación, y en estas condiciones se explica que la gran masa de público mirase las instituciones mercantiles como interés particular de una limitada clase de ciudadanos. Pero las cosas cambiaron de aspecto pronto y han llegado hoy hasta el extremo de que las instituciones comerciales comprenden toda clase de ciudadanos y penetran en las relaciones más comunes de la vida diaria; sobre todo, la materia comercial se ha ampliado, y, por tanto, el ámbito de aplicación del Derecho mercantil.

El concepto mismo del comercio es muchísimo más amplio; aquella actividad intermediadora que recaía, por una sola vez tan sólo, sobre algunos productos agrícolas y pocos productos manufacturados, es continua ahora para facilitar el cambio de una gran *variedad de mercancías*; especialmente el progreso de los inventos y el continuo perfeccionamiento de la técnica industrial, han llevado al mercado una enorme cantidad de productos nuevos de las clases más variadas y de uso más diverso, que eran desconocidos de nuestros padres; todos cuyos nuevos productos son objeto de cambios y especulaciones comerciales. Después se ha sumado a las mercancías otra clase importantísima de cosas que han advenido objeto de comercio, como los *títulos de crédito*. Para facilitar la transmisión de los derechos, ha surgido una clase entera de documentos, cuyo oficio no es sólo el de probar el derecho y ni siquiera el de contribuir como elemento extrínseco a su formación, sino que derecho y documento están de tal suerte entre sí unidos y relacionados, que la posesión del mismo adviene condición necesaria y bastante para ejercitar el derecho: basta transmitir la posesión del documento para atribuir *ex novo* el derecho. De esta suerte la posición del adquirente del documento es segurísima, porque no tiene por qué preocuparse con lo que haya ocurrido al título antes de haberlo adquirido él, siempre que lo haya hecho de buena fe; título que de esta suerte circula libremente como si fuesen cosas que en sí

encierran valor y cuya fácil transmisión presta servicios magníficos al crédito, porque facilita la concesión de éstos por parte de quien sabe que en cualquier momento puede hacer efectivo el valor de los mismos, enajenando el título que lo representa. Existen en el mercado enormes cantidades de estos títulos objeto de continuas transacciones: en Italia únicamente tenemos noventa mil millones de títulos de la Deuda pública; cuarenta mil millones de acciones de Sociedades; mil millones de obligaciones, de cédulas hipotecarias, de títulos de empréstitos municipales y provinciales; unos diez mil millones de documentos de cambio, *cheques* y de «*assegni circolari*», y aun así no son suficientes. Con el acceso de los bienes *inmuebles* al campo de acción del comercio, la especulación mercantil ha logrado un nuevo ámbito de actividad. Estos bienes inmuebles, que durante muchísimo tiempo no fueron considerados posible objeto de comercio, con el incremento adquirido por las edificaciones urbanas en el siglo XIX y con la reforma y engrandecimiento de las ciudades, la adquisición y venta de solares y de edificios fueron frecuentes, y la especulación se apoderó también de los bienes inmuebles; el Código italiano de 1882 hubo de reconocer esta evolución y reputar acto de comercio también la compra y venta de bienes inmuebles. Pero aún ha hecho otras conquistas la actividad mediadora de los comerciantes: el desarrollo del *crédito* creó una clase de instituciones comerciales, como los *Bancos* o *instituciones de crédito*, que asumieron las funciones de intermediarios de éste, obteniendo a préstamo capitales de quienes los poseían disponibles y entregándolos, asimismo, a préstamo a quien tenía necesidad de ellos; y los antiguos banqueros, que no eran en el fondo sino simples cambistas, se transformaron en las colosales instituciones modernas, a las que por mil conductos afluyen el crédito que distribuyen por muchísimas vías. El desenvolvimiento de la gran industria, las grandes construcciones, han producido una intensa demanda de trabajo, y, por otra parte, el aumento de la población y el gran movimiento emigratorio ha multiplicado la oferta; se ha creado, por tanto, un verdadero *mercado del trabajo*: la producción doméstica, el artesanado, han cedido el campo a la gran industria, y el trabajador aislado, al empresario; ahora bien: en la gran industria el empresario es verdaderamente un comerciante, un intermediario que especula sobre la mercancía *trabajo*; él organiza éste para ofrecer al público los *resultados* del mismo. Por último, el *riesgo* también hoy se ha convertido en objeto de especulación comercial; en su verdadero concepto, el seguro es una asociación de personas sometidas al mismo riesgo, y como tal asociación surgió originariamente; pero muy pronto la actividad especuladora se apoderó así-

mismo del seguro y surgieron intermediarios que concentraron todos los riesgos, así como también las primas, que administraron y distribuyeron a los perjudicados con el siniestro.

El nuevo estado de cosas que han ido constituyendo objetos de comercio, no sólo ha ampliado *cuantitativamente* el ámbito de la actividad del comercio, de las instituciones comerciales, sino que *cuantitativamente* también ha sufrido un aumento por el enorme crecimiento realizado en la masa de cambios. En otro tiempo, ordinariamente se producía para consumir, y hoy no sólo se produce para cambiar, sino que se produce desmesuradamente y en cantidad jamás imaginada en los campos todos de la producción, lo mismo en la agricultura que en la industria manufacturera y en las extractivas. Pensemos nada más en que en los últimos cuarenta años la producción agrícola italiana ha subido de dos a ocho mil millones de liras oro, y multiplicar el cambio equivale a multiplicar el comercio.

Pero no es esto todo: la esfera de actividad de las instituciones comerciales ha rebasado el verdadero campo mercantil; instituciones nacidas para el comercio exclusivamente se las ha considerado útiles y prácticas y usado para otros fines en que no tiene nada que ver el comercio; la *letra de cambio*, por ejemplo, es un caso típico: nació como medio para facilitar los pagos mercantiles de una plaza a otra; después se convirtió en instrumento de crédito mercantil y hoy la usa todo el mundo que tiene necesidad de crédito y para un fin cualquiera; lo mismo la emplea el agricultor, que el profesional, que el particular.

A aumentar el valor social del comercio y la importancia práctica de las instituciones mercantiles contribuyen, por último, otras dos causas. En realidad, hoy el comercio no lo ejercen sólo los comerciantes; mediante las sociedades de *responsabilidad limitada* y, sobre todo, de las *sociedades anónimas* por *acciones*, están interesados en los asuntos mercantiles millares y millares de individuos, agricultores, propietarios, burgueses, mujeres, menores de edad; la difusión de la sociedad por acciones ha hecho que se difunda la especulación mercantil por todas las clases sociales, y en algunos países (nosotros estamos todavía muy lejos de este ideal) todos los burgueses, aun los obreros mismos, poseen acciones de sociedades mercantiles, y a esta difusión, por lo demás, de las empresas comerciales en la sociedad entera y hasta en las más humildes capas sociales, ha contribuido asimismo la *cooperación*, que, nacida como reacción contra los excesos de la especulación mercantil, trata de eliminar al intermediario especulador y sustituyéndolo a aquellos mismos que necesitan de esa actividad. Los consumidores se unen y adquieren directamente en común del productor; los