

negocio como teniendo por objeto, en todo caso, la prestación de un servicio; aun en el suministro, en que el suministrante se obliga a entregar periódicamente algo, la prestación se presenta más bien como un servicio, es decir, atendiendo a la actividad personal del suministrante, que como una *entrega* que tenga por objeto la transmisión de la cosa; y en esto, precisamente, consiste la diferencia entre venta y suministro de cosas: en la venta, el comprador atiende a la adquisición de la cosa; en el suministro, aquel a quien se le suministra atiende a obtener el servicio que el suministrante le presta, procurándole la cosa en tiempo oportuno. El elemento esencial es la obra o trabajo del suministrante (168).

Ahora bien; si hay diferencia, y debe haberla, entre *contrato* de suministro y *empresa* de suministro, esa diferencia no puede darla más que la forma en que esté organizada la prestación del servicio. En la empresa de suministros hay, indudablemente, aquella colaboración ajena en la prestación del servicio que puede faltar en el suministro simple, y en esta colaboración reside la empresa y, por consiguiente, el carácter mercantil. O, en otros términos: cuando el suministrante realiza personalmente el suministro, no ejecuta acto de comercio y no es empresario; lo llega a ser y es acto de comercio cuando para realizar el suministro acude a otras personas, de suerte que el servicio que presta ya no es producto únicamente de su obra, sino de la suya y de la de los demás; y henos aquí ante el momento que caracteriza la empresa de suministros, según la ley, que consiste, precisamente, en el hecho de que el suministrante se valga del trabajo ajeno y aparezca especulando con el mismo.

*B) Empresa de obras y edificaciones* (núm. 7 del art. 3.º).

Tampoco aquí nos proporciona la comercialidad el hecho de que quien emprende la obra o la construcción suministre el material, porque esta necesidad, que se daba en el derogado Código de comercio, se ha excluido en el vigente (169), y ello significa que este acto de

(168) Consúltese Bonfante: *Foro ital.*, 1901, I, 901 y sigs.

(169) El suministro de materiales era necesario, a tenor del art. 2.º, número 8, del Código de 1865; pero, a consecuencia de las reclamaciones de las Cámaras de Comercio de Parma y Venecia, se excluyó del proyecto definitivo del Código; véanse *Osservazioni*, de la Cámara de Comercio de Parma, y *Relazione Mancini*, en Castagnola y Gianzana, *Fonti e motivi*, I, págs. 207 y 208. Consúltese Vivante: *Trattato*, 4.ª ed., I, núm. 75; Bolaffio: *Comm.*, número 42; Vidari: *Corso*, I, núm. 53; D'Amelio: *Comm.*, pág. 41, núm. 5.

comercio no encierra una compra para revender; y no cabe pensar que realiza acto de comercio el albañil que edifica por sí solo (hipótesis irreal); no hay otro remedio que buscar el elemento empresa y, por consiguiente, la comerciabilidad en el hecho de que el constructor utilice la colaboración de otros, y, por lo tanto, se convierta en intermediario de trabajo (170).

*C) Empresa fabril o manufacturera* (núm. 8 del art. 3.º).

Acerca de ésta hay que llegar a una conclusión análoga por vía de exclusión: no nos da la comerciabilidad porque exista latente una compra para revender, porque la materia prima puede facilitarla el comitente o producirla el industrial (171); por otro lado, tampoco nos puede proporcionar la existencia de empresa en sentido económico, porque el artesano que transforma él mismo la materia prima no realiza acto alguno de comercio (172), y entonces no nos queda más remedio que ver aquí también la empresa y consiguiente comerciabilidad en el empleo del trabajo ajeno, o sea, en el ejercicio de una función intermediadora entre los trabajadores y el público.

*D) Empresa de espectáculos públicos* (número 9 del artículo 3.º).

Desechado el que el carácter comercial lo proporcione sólo el factor espectáculo público, porque no todo espectáculo de tal clase origina una empresa, y no la hay de espectáculo público cuando el artista trabaja directa y exclusivamente para el público (173), habrá que re-

(170) Bolaffio: *Comm.*, 3.ª ed., núm. 42. El empresario constructor especula entre el costo de producción resultante de la combinación técnica y económica del trabajo que a su riesgo organiza y el precio pactado de la obra.

(171) Vivante: *Trattato*, 4.ª ed., I, núm. 76. En la 5.ª ed., núm. 70, ya no dice nada de esto, ni que el negocio adquiere carácter mercantil sólo cuando haya tomado considerables proporciones. Bolaffio: *Comm.*, números 43 y 44; D'Amelio: *Cod. di comm.*, pág. 42.

(172) Aun cuando se discuta sobre la distinción entre artesanado y empresa manufacturera, generalmente se reconoce que la artesanía constituye empresa manufacturera en sentido económico, aunque no para el Código. Véase Montessori: *Il concetto di impresa*, en *Riv. di Dir. comm.*, 1912, I, 417 y siguientes; Bolaffio: *Comm.*, núm. 44; cons. Ap. Nápoles, 28 enero 1898 (*Legge*, 1898, I, 564); Ap. Milán, 15 febrero 1910 (*Mon. trib.*, 1910, 912); Cass. Florencia, 6 abril 1916 (*Foro ven.*, 1916, 634).

(173) Montessori lo reconoce también, *Il concetto d'impresa*, en *Riv. di Dir. comm.*, 1912, I, 431, n. 21: «El caso de una representación preparada por cuenta y riesgo de los mismos que han de ejecutarla no cabe, indudablemente»

conocer la necesidad de continuar viendo aquí que el carácter comercial lo da el empleo del trabajo ajeno: el que da un espectáculo público realiza un acto de comercio cuando se convierte en intermediario entre el artista y el público (174).

*E) Empresa editora, tipográfica y librera.*

Sobre la empresa editorial no puede haber cuestión porque el editor realiza un acto de comercio en el momento que se convierte en intermediario entre el autor y el público, o sea, en cuanto utiliza la obra de los autores para ofrecer sus resultados al público (175).

También es cosa sencilla lo referente a la empresa tipográfica, porque no podemos imaginar siquiera el caso del tipógrafo único obrero de la imprenta propia (176); mas como el ejercicio del arte de imprimir presupone siempre el empleo de personal, claro está que la comerciabilidad nace de la especulación sobre el trabajo.

Pero en la empresa librera, la cuestión de la comerciabilidad ya no es tan fácil; y a primera vista no se comprende el fundamento de que se declare la comerciabilidad del negocio de librería. Parece que debía estar comprendido ya en los núms. 1-2 del art. 3.º, puesto que el negocio librero se resuelve en una compra, para revender, de cosas adquiridas con este objeto. Aquí, más que una compra para revender, latente o disfrazada, hay un caso de compra-venta mercantil tan evidente que no se explica uno para qué esta duplicidad legislativa (177). Pero

te, dentro de las previsiones del n. 9 del art. 3.º. En contra, Arcangeli: *Noz. giur. del comm.*, págs. 595 y siguientes, que erróneamente cita el ejemplo del suministro, en que hay comerciabilidad si el adjudicatario proporciona la mercancía (página 594, n. 3), porque, en nuestra opinión, para la comerciabilidad de la empresa es decisiva la sola procedencia del trabajo, no la de la primera materia.

(174) Este es, además, el concepto dominante en la doctrina; v. Vivante: *Trattato*, 5.ª ed., I, n. 71; Bolaffio: *Comm.*, n. 45; Manara: *Atti di comm.*, página 57.

(175) No realiza un acto mercantil el autor que edita sus propias obras, ni el editor de un periódico redactado todo por él; v. Vivante: *Trattato*, I, n. 72; Franchi, *op. cit.*, n. 40; Bolaffio: *Comm.*, n. 49; D'Amelio: *Comm.*, página 46, n. 7; Navarrini: *Tratt. teor. prat.*, I, n. 157.

(176) Cuando se realice esto, no habrá *empresa*, ni, por tanto, acto de comercio; v. Montessori, *op. cit.*, pág. 429.

(177) Marghierì: *Trattato*, I, n. 104; Montessori, *op. cit.*, pág. 438; Navarrini: *Trattato*, I, n. 156, dicen que la inclusión de un modo particular en la ley de la empresa de librería, entre los actos mercantiles, obedece a llevar bajo el imperio del Derecho mercantil toda la actividad compleja desplega-

como no puede pensarse que la ley se haya producido inútilmente, hay que investigar si hay algún aspecto que dé importancia práctica a la disposición del núm. 10 del art. 3.º, relativo a la empresa de librería; y en nuestra opinión, este precepto tiene por objeto calificar de mercantiles aquellas organizaciones de venta de libros no comprados, sino recibidos en *depósito* simplemente (una especie de contrato estimatorio), cuya organización trabaja en difundir libros publicando catálogos, correspondiéndose con los libreros, utilizando agentes para la colocación de las obras; empresa que, de otra suerte, escaparía a la disciplina del Derecho mercantil, cuando es evidente su comerciabilidad. Y esto supuesto, la nota característica de la *empresa* librera consiste, evidentemente, en esta *organización sistemática* de la venta y difusión de obras, que exigen el empleo de numeroso personal perfectamente adiestrado y bien dirigido. Por esto, si se habla aquí de *empresa*, no puede hacerse sino en el sentido de actividad intermediadora entre quien trabaja y quien necesita de los productos del trabajo; puesto que la empresa librera (en alemán *Sortiment*) organiza el trabajo de venta en beneficio de los editores, toma a su servicio empleados, y este trabajo de difusión se lo hace pagar mediante un estipendio (178).

Pero tampoco explica esto por qué la ley califica de comerciales las empresas libreras, y no los negocios de librería; y creemos que debe

da en el comercio de libros, porque, ateniéndose a los núms. 1 y 2 del artículo 3.º, únicamente serían comerciales los actos singulares de compra y venta que realizase el librero: la explicación no puede ser más deficiente. En efecto, no se comprende por qué se ha experimentado la necesidad de una norma calificadora de toda la compleja actividad referente al comercio de libros, y no para las demás y mas importantes ramas de comercio. Para este objeto bastaba el principio de la accesoriedad o conexión, del cual hay una más amplia aplicación en el art. 4.º

(178) En el comercio de librería moderno lo excepcional es la compra de libros por el librero; lo corriente es que éste los reciba en depósito; de consiguiente, si la ley no hubiese perfilado como empresa la industria librera, escaparía al Derecho mercantil la mayor parte de esta clase de comercio por faltarle el elemento de compra para revender. En Italia suelen estar en conexión la empresa librera con la editorial; y las grandes casas editoriales se ocupan también de la difusión de sus obras, organizando sistemáticamente las ventas. En Alemania, en cambio, esa función queda reservada principalmente a las empresas de librería (*Sortimenten*), que reciben los libros en depósito y los venden en nombre propio, pero por cuenta de los editores; véase, por último, Cosack, *Lehrbuch*: págs. 417-425; Lehmann, págs. 869 y siguientes.

haber una razón para esta limitación legal, que no puede ser más que una: excluir del campo comercial las librerías de poca importancia que en realidad no hacen una verdadera especulación librera, sino que únicamente reciben libros en administración y se ocupan en venderlos, y por ello, más bien que comerciantes autónomos, se les puede llamar agentes de los editores. Pero, apartada esta clase de libreros y la de aquellos que adquieren las obras y son comerciantes por otros motivos, el concepto de empresa librera no puede necesariamente darse sino a los especuladores que difunden los libros tomándolos sólo en depósito, pero que organizan un trabajo para difundirlos mediante agentes ocupados en colocar las obras al contado o a plazos y de cobrar estos últimos, de recibir las remesas de las publicaciones que aparecen por entregas, etc. Y una vez más, aquí, y en substancia, si se habla de empresas, no se puede hacerlo sino en el sentido de especulación sobre el trabajo.

F) *Empresa de transporte de personas o de cosas por tierra o por agua* (núm. 13 del artículo 3.º).

También en esta clase de actos de comercio la idea de empresa implica la organización de un especial factor de la producción, que es el trabajo. Según el número 13 del artículo 3.º, únicamente puede existir empresa de transportes cuando el que los realizase se sirva del trabajo de auxiliares, y queda excluido de la previsión de aquel precepto cuando el transporte lo realice personalmente el que lo toma a su cargo; es decir, que no constituye acto mercantil la práctica del oficio de cochero, carretero, mozo o barquero (179). Por consiguiente, si la línea divisoria entre el transporte como acto de comercio y el transporte como acto civil está determinada por el hecho del empleo de auxiliares o de la ejecución personal de aquél, claro está que el carácter mercantil de la empresa de transportes consistirá en el uso del trabajo ajeno; porque decir únicamente que la empresa grande de transportes es comercial y no lo es la pequeña (180), o bien que es comercial la empresa de transportes y no el oficio de tal (181), quiere decir en substancia lo mismo; en nuestro caso, la distinción entre empresa grande y pequeña nos la da precisamente el empleo o no de personal para hacer el transporte, y la diferencia entre empresa y oficio consiste

(179) Vivante: *Trattato*, 5.ª ed., núm. 73; Montessori, *op. cit.*, pág. 436, núm. 25; D'Amelio: *Cod. comm.*, pág. 56, núm. 7. Consúltese, por último, Cass. Roma, 20 junio 1918 (*Giur. ital.*, 1918, I, 1, 847.)

(180) Montessori, *op. cit.*, pág. 436.

igualmente en esto: en que el transporte lo realizan otros o lo ejecuta personalmente el que se encarga; y claro es que también en este caso la empresa no significa más sino la organización del trabajo, reclutamiento del trabajo, actos de intermediación en el cambio del trabajo.

G) *Empresa de comisión, de agencia y de oficina de negocios* (núm. 21 del artículo 3.º).

Hay comisión cuando un asunto se negocia en nombre propio, pero por cuenta ajena; es decir, cuando se toma a su cargo un negocio ajeno sin que aparezca por cuenta de quién respecto a terceros.

En la doctrina italiana corren ideas no muy claras respecto a la comerciabilidad de la empresa de comisiones: apoyándose en los trabajos preparatorios del código, suele afirmarse que el elemento empresa no es de esencia para la comerciabilidad de la comisión, porque, como se dice en las actas de la Junta redactora del proyecto preliminar (182), un solo negocio de comisión debe reputarse comercial (183); y que, como aparece del artículo 380 del Código de comercio, el fundamento de la comerciabilidad de la comisión consiste en que ésta tiene por objeto el trato de asuntos mercantiles, y por ello está siempre en relación con un acto de comercio (184).

A nuestro juicio, esta opinión se debe a la interpretación errónea del pensamiento de los que prepararon la vigente legislación mercantil: se dice, en efecto, en los trabajos preliminares: «la locución general de que son actos de comercio las empresas de comisión *no puede excluir* el que sea por sí mismo acto de comercio un solo negocio de *comisión mercantil*»; pero esto no quiere decir que un negocio solo de comercio haya de ser *siempre y necesariamente* acto de comercio, y que, por tanto, sean sinónimos empresa y contrato de comisión para el número 21 del artículo 3.º; lo que, por lo demás, prueba también la consideración de que, interpretada así la ley, se priva de valor a la palabra «empresa» que emplea la ley (185), y que modificaría arbitrariamente el texto legislativo.

(181) Vivante: *Trattato*, I, núm. 73; Franchi, núm. 58; D'Amelio: *Codice di comm.*, pág. 56, núm. 7; Navarrini: *Trattato*, núm. 59.

(182) *Atti della Commissione*, vol. I, parte II, verb. XXXI, núm. 141.

(183) Bolaffio: *Commento*, núm. 73, pág. 348; Pagani: *Commento* número 61, pág. 118; D'Amelio: *Cod. di comm.*, pág. 64; Magri: *Materie comm.*, pág. 28; Montessori, *op. cit.*, pág. 442.

(184) Véase Bolaffio, pág. 142; Montessori, pág. 443; Navarrini, *Trattato*, I, núm. 161, pág. 227.

(185) Bolaffio también, pág. 349, dice que es inexacta la fórmula de la ley.

Por ello, si se quiere dar algún significado a la frase *empresa de comisiones* que usa la ley, hay que reconocer que no todos los actos de comisión son comerciales, sino algunos tan sólo, y precisamente en los que existe el elemento empresa. Claro está que esto no quiere decir que pueda ser acto de comercio una comisión sola (como con razón decía en los trabajos preliminares), porque esa operación singular de comisión cabe que asuma la forma de empresa; y precisamente existe, y, por tanto, hay acto de comercio, cuando, para ejecutar la comisión, el comisionista utiliza el trabajo de agentes subalternos, empleados y operarios cuyo trabajo asume y retribuye a riesgo suyo; y es natural que esta organización se forme comúnmente para atender a una serie de operaciones; pero esto no quita, como decían los trabajos preparatorios, que pueda tener también por objeto la ejecución de una sola comisión complejísima e importantísima. A nuestro juicio, las comisiones que no sean empresa pueden ser actos de comercio, pero no actos de comercio fundamentales, sino actos de comercio accesorios, por cuanto se refieren a negocios comerciales; sin que por esto sea superfluo lo que dispone el número 21 del artículo 3.º, porque siempre existirá una gran diferencia entre empresa de comisión, actos de comercio fundamentales y la comisión de negocios mercantiles, actos de comercio accesorios, y no hay más que recordar el principio que vamos a exponer en seguida, en virtud del cual los actos de comercio fundamentales pueden engendrar un ejercicio profesional mercantil que no puede nacer jamás de los actos de comercio accesorios.

A la *empresa de agencias* o de *oficinas de negocios* cabe aplicar cuanto hemos dicho hasta ahora acerca de la empresa de comisión: son aquellas oficinas que se ocupan especialmente de contribuir a celebrar contratos de diferentes clases: venta y arrendamiento de edificios o de terrenos, colocación de empleados y domésticos, de artistas de teatro, y otras cosas varias. Estas agencias se ocupan, además, de prestar servicios variadísimos: informar, expedir correspondencia, traducir y copiar documentos, organizar viajes, etc.; y nótese que aquí tampoco considera la ley actos de comercio la agencia o la oficina de negocios, sino la *empresa de agencia u oficina de negocios*; porque la característica específica comercial del acto es el factor empresa también, no la naturaleza de los negocios de que la misma se ocupa, que pueden ser comerciales o civiles, o no ser ni lo uno ni lo otro; es decir, no ser negocios, sino simplemente prestación de obra, como, por ejemplo, las traducciones, copias, etc.; en una palabra, que aquí, lo mismo que antes, la comerciabilidad nace en substancia del hecho de que la agencia implique una organización del trabajo ajeno, y, por

consiguiente, una posición intermediaria en el cambio de trabajo. Y ahora, ya podemos afirmar que en todos los actos que el Código califica de empresa hallamos que el elemento específico constitutivo de la misma, en el sentido del Código, es el hecho de la organización del trabajo *ajeno*; como es cierto también, en sentido económico, el que, como la empresa es organización para producir, implica reunión y coordinación de los varios factores productivos, entre los que está el trabajo; pero para la Economía carece de importancia la forma en que la empresa se proporciona el factor trabajo, como le es indiferente la forma en que se procura los demás factores de la producción; de modo que el que en ésta se emplee trabajo propio o ajeno nada importa, y por ello, en sentido económico, lo mismo es empresa la del operario, artesano o artista, que, mediante su trabajo propio, y a su riesgo, produce, que la empresa del industrial o contratista que se sirve de centenares de obreros.

Muy distinto, en cambio, es el concepto que tiene el Código de comercio de la empresa; para él nada importa la procedencia del *capital* que invierte el empresario; puede haber empresa aunque el capital que se invierte en producir pertenezca a éste; como, por ejemplo, el fabricante que emplea materia prima producida en sus fincas; y puede haberla si el capital se recibe o toma a préstamo, como sucede con el artesano que adquiere la primera materia o pide a crédito el dinero necesario para adquirirla; pero, en cambio, para la ley, tiene una importancia decisiva la procedencia del *trabajo* que se emplea; para el Código hay empresa, y, por consiguiente, acto mercantil, cuando la producción se realiza mediante el empleo de trabajo ajeno, o, en otros términos, cuando el empresario recluta el trabajo, lo organiza, lo vigila, retribuye y dirige para fines de producción. De modo que si las empresas, según el Código, son también empresas económicas, no todas éstas lo son para aquél, sino sólo aquellas en que interviene el elemento trabajo; no la del que atiende a la producción o la atiende él exclusivamente, sino la del que cuenta con colaboradores organizados y pagados por él mismo (186).

(186) Es cuestión de *medida* la de resolver cuándo, al concurrir en la producción el trabajo personal del empresario y la de otros colaboradores remunerados, hay organización del trabajo ajeno, y, por tanto, *empresa*, en el sentido del Código de comercio; si en cantidad y calidad domina la obra personal del empresario, no la hay. El concepto de empresa para la ley mercantil como acto de intermediación entre los trabajadores y el público lo ha señalado frecuentemente, además, tanto nuestra doctrina como la francesa,

47. 4.º La última clase de actos de comercio, según su naturaleza intrínseca, son los *seguros* (números 19 y 20 del artículo 3.º).

Nos parece indispensable exponer previamente algo sobre el mecanismo del seguro. Hay multitud de acontecimientos que, aisladamente considerados, nos parecen producto del azar, como el nacimien-

aun cuando no con bastante precisión, y expuesto con cierta contradicción. Véase, por ejemplo Vivante, *Trattato*, I, núm. 69, quien, después de afirmar que el concepto legislativo de empresa corresponde al concepto económico, no deja de advertir, con razón: «La obra del empresario debe ir dirigida a atender las necesidades ajenas, las del mercado, y, por ello, como es principio dominante entre los demás comerciantes, debe realizar la función de intermediario interponiéndose entre la masa de trabajadores y la masa de consumidores.» Manara: *Atti di commercio*, núm. 22, después de describir al empresario como intermediario entre todos los distintos agentes de la producción (obreros, capitalistas) y el público (desconociendo así que en el sentido del Código es empresario también el que produce con materia prima propia y con capital en metálico también propio, y puede no serlo asimismo el que produce con capital ajeno), agrega, por último, con razón: «El empresario trata de conseguir un beneficio vendiendo a los consumidores los productos obtenidos, no ya directamente, sino transformando él mismo la primera materia en manufactura, pero indirectamente y valiéndose del trabajo ajeno» (pág. 54); y añade: «reconocido que se trata de una verdadera empresa manufacturera, es decir, de que el empresario trata de obtener un lucro principalmente, ofreciendo a los consumidores los productos del trabajo ajeno, organizado y pagado por él, no importa nada en absoluto el que haya adquirido o producido él mismo la materia con que trabajó la industria manufacturera» (pág. 56). En cambio, está clarísimamente expuesto y con mucho rigor el concepto de la *intermediación en el cambio del trabajo*, en Carnelutti: *Riv. di Dir. comm.*, 1910, II, 758; *Riv. di Dir. pubblico*, 1909, II, 16 y siguientes, y, por último, en el tratado del *Infortuni sul lavoro*, Roma, I, páginas 66-69.

El concepto de empresa expuesto en el texto lo ha criticado Montessori (*op. cit.*, págs. 520 y sigs.), quien substancialmente replica: 1.º Que existe también el elemento empresa en otros grupos de actos mercantiles, como en la compra para revender, en las operaciones de banca y en el seguro; 2.º Que el empresario no puede ser intermediario entre trabajadores y consumidores porque él mismo participa en la producción; 3.º Que el empresario no es intermediario en el trabajo porque no enajena éste, sino el producto nuevo que el dicho trabajo crea con los demás factores de la producción; 4.º Que también la industria agrícola en grande se interpone entre los trabajadores y el público, y debería considerarse por ello empresa o acto de comercio, en el sentido del Código, contra el precepto claro del artículo 5.º A ello hemos de contestar: 1.º Ser cierto que el elemento económico empresa existe tam-

to, la muerte, el logro de una cierta edad, el incendio, el naufragio, el hurto, el granizo, etc.; pero la estadística nos dice que estos hechos, cuando se examinan en masas o en cantidad considerable, están sujetos a leyes constantes; y que lo casual, respecto a una persona sola o frente a una cosa expuesta a esos acontecimientos, se convierte en reglado

bién en otros actos calificados de mercantiles por la ley; pero esto prueba una vez más que empresa no es para el Código lo que es en sentido económico; 2.º El hecho de que el empresario, precisamente porque la dirige, participe en la producción, no estorba el que sea un intermediario respecto al factor trabajo: no será un intermediario si se atiende a la cosa producida, pero sí si se atiende a la *energía de trabajo que él ha producido*: el razonamiento de Montessori, según ha observado agudamente Carnelutti, *Infortuni sul lavoro*, I (pág. 68, nota), básase todo él en una confusión entre el cambio de la cosa producida (respecto al cual es indudable que no hay función de intermediación en la empresa) y cambio del trabajo que se invirtió en producirla (respecto a que el empresario desempeña la función mediadora); cuando el elemento trabajo prepondera en la formación del producto, bien sea éste cosa o servicio, el objeto del cambio hay que reputarlo verdaderamente resultado del trabajo; 3.º Si el empresario no enajena directamente trabajo, enajena, en cambio, el resultado del trabajo, y aun en el cambio del resultado del trabajo hay cambio de trabajo; por esta razón precisamente es contrato de trabajo, y no de venta, el arrendamiento de obras (V. Barassi: *Contratto di lavoro*, Milán, 1901, págs. 178 y sigs.); 4.º El artículo 5.º del Código de comercio no dice más sino que el que vende los productos del fundo propio no realiza un acto mercantil, pero no excluye que constituya acto mercantil la especulación sobre el trabajo en la agricultura; en este sentido, v. Carnelutti (*op. y loc. cit.*). La industria agraria en grande, según el Código de comercio, está comprendida en el concepto de empresa; y ello responde también a las objeciones de Arcangeli, *op. ult. cit.*, págs. 598 y 599; no prueba el ejemplo del agricultor que adquiere abono, semillas, etc., porque es completamente extraño a la organización del trabajo que las ha producido; menos aún encaja el ejemplo de las empresas públicas que no son comerciales, aun cuando sean empresas, porque son públicas precisamente.

Picchio: *Riv. di Dir. comm.*, 1921, I, 647-664, somete a un amplio examen crítico el concepto de empresa según el Código, y lo define: «El organismo adecuado para determinar una serie importante de relaciones jurídicas, cuyo fin es facilitar a otros utilidades de naturaleza varia» (págs. 658 y 660). De modo que la característica fundamental de la empresa es la de ejercer «una función intermediadora entre la actividad ordinaria de los productores, y más precisamente de los que crean cualquier clase de utilidad, y el público» (pág. 660); pero con esta definición, o no se dice nada, o se dice precisamente aquello que hemos afirmado y que critica el autor, o sea, que la empresa