

ÍNDICE

Agradecimientos	11
Prólogo.....	13
Siglas y abreviaturas.....	17
Introducción.....	19
PRIMERA PARTE. HISTORIA INTERNA DE LA TORRALBA-MANARIELLO.....	41
I. Orígenes y evolución de la compañía	47
1. Las compañías y sus pactos.....	47
1.1. La fase previa a la gran compañía: 1425-1430.....	47
1.2. La época dorada de la Torralba-Manariello: 1430-1437	53
1.3. La ampliación de la sociedad: 1438-1447	58
1.4. El final de los negocios aragoneses: 1448-1458.....	66
II. La gestión del negocio y las estrategias comerciales.....	71
1. Una revolución contable.....	72
1.1. Las prácticas contables en la Corona de Aragón	73
1.2. Los libros de cuentas de Joan de Torralba	82
2. El poder de la comunicación.....	100
2.1. Los flujos de información de la Torralba-Manariello	102
2.2. Las cartas de Joan de Torralba	105
2.3. La toma de decisiones estratégicas	109
3. Cooperar para competir: la identidad empresarial	112
III. El precio de comerciar en la Edad Media	127
1. Los costes logísticos del gran comercio	127
1.1. El transporte fluvial por el Ebro y el transporte costero.....	128
1.2. El transporte marítimo	136
1.3. El transporte terrestre	143
1.4. Preparación y conservación de las mercancías	145
1.5. Espacios de comercio: almacenes y botigas	147
2. Una fiscalidad fragmentada	150

3. Los costes de transacción y el marco jurídico-institucional	157
3.1. La Nueva Economía Institucional y los costes de transacción	157
3.2. Los mecanismos de ejecución de los contratos	163
3.3. De la incertidumbre al riesgo: los seguros marítimos	167
3.4. Un caso paradigmático: el ataque del pirata Polo Cigüenza	169
Conclusiones	177
 SEGUNDA PARTE. LA INTEGRACIÓN DE LA TORRALBA-MANARIELLO	
EN LOS MERCADOS EUROPEOS	181
 IV. La gran compañía de la lana	185
1. El <i>boom</i> lanero del primer tercio del siglo xv	185
2. Adquisición de la materia prima	188
2.1. Los contratos de compraventa de lana	188
2.2. Las cifras de abastecimiento	193
3. La recepción de los mercados italianos	199
3.1. Venecia, el nordeste italiano y el Adriático	200
3.2. Pisa y la inestabilidad toscana	207
3.3. Génova y la Lombardía, un mercado marginal	211
 V. Un mar de oportunidades	217
1. El negocio del cereal aragonés	217
1.1. Un producto de primera necesidad	217
1.2. El aprovisionamiento de Barcelona	221
2. La demanda de las manufacturas europeas	226
2.1. La industria mediterránea del cuero	226
2.2. La industria textil: tintes y mordientes	231
3. Mercados exóticos y mercados de lujo	235
3.1. Las importaciones italianas y el recurso de la barata	236
3.2. Las comandas comerciales	241
 VI. Una compañía bancaria y financiera	249
1. Un intenso tráfico de capitales	250
1.1. Los medios de pago	250
1.2. Las letras de cambio	254
2. La actividad crediticia	263
3. La administración de rentas	268
3.1. El arrendamiento del General en Aragón y Cataluña	269
3.2. La administración de la Cámara de la Seo de Zaragoza	272
4. Inversiones en transporte y seguros	279

Conclusiones	283
TERCERA PARTE. EN LA CUMBRE: EL ASCENSO SOCIAL Y POLÍTICO DE LOS SOCIOS	287
VII. La familia como estrategia	291
1. Unos orígenes humildes entre Aragón y Cataluña	291
2. Úrsula de Torralba y María Gil de Samper: las mujeres de los grandes mercaderes	299
3. María Manariello y Salvador Lafoz: el apellido Manariello	302
4. Agnès y Antonia de Torralba: negocios, política y nobleza	304
VIII. Vivir como un gran mercader	311
1. El patrimonio inmobiliario	312
2. La lujosa vivienda mercantil	316
3. Una alimentación acorde al estatus	321
4. El mercader y la moda	327
IX. El interés individual por el bien común	337
1. Una piedad calculada	338
1.1. La administración de instituciones benéficas	339
1.2. La redistribución de la riqueza	344
1.3. El mercader ¿solidario?: el rescate de cautivos	346
2. Juan de Manariello y los cargos en la ciudad de Zaragoza	349
3. La actividad política de Joan de Torralba en la Corona de Aragón	354
Conclusiones	361
Consideraciones finales	363
Epílogo. El final de una época	369
Bibliografía	379
Anexo I. Equivalencias de monedas, pesos y medidas	417
Anexo II. Actas de constitución de las compañías de Joan de Torralba	421
Índice onomástico	437
Índice toponímico	451