

EXPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA. EMPRESAS Y EMPRESARIOS, 1900-1936

Salvador HERNÁNDEZ ARMENTEROS*

1. INTRODUCCIÓN

Los avances de la Revolución Industrial en el último tercio del siglo XIX trajeron consigo trascendentales innovaciones en todos los sectores de la economía. Desde la agricultura a la industria, pasando por el transporte y demás servicios, experimentaron cambios profundos que afectaron de lleno a uno de los cultivos e industrias derivadas que más se habían extendido en las décadas centrales del siglo, el olivar y la industria aceitera. Mercados como el lubricado de maquinarias, el alumbrado o la fabricación de jabón, entre otros, se fueron perdiendo en un corto período de tiempo. Son las consecuencias, para el sector aceitero, de lo que conocemos como la *Crisis agraria finisecular*.

Sin embargo, esos mismos avances abrieron otras posibilidades, otros mercados, que hasta ahora eran desconocidos o de una estrechez tal que los hacía despreciables para dicha industria. Este es el caso de las conservas de pescado, entre cuyos inputs el aceite de oliva ocupó un lugar de suma importancia. Para penetrar en este mercado, el sector aceitero tuvo que sufrir, como ocurriera en el resto de los mercados relacionados con el consumo humano, una profunda transformación que, aunque en unos países se adelantó más que en otros, ocupó lo que restaba del siglo XIX y los primeros lustros del XX.

El objetivo de este trabajo es aproximarnos al significado que para la industria aceitera española tuvo este nuevo mercado y cual fue la actitud del empresariado español del sector ante esta demanda.

El análisis lo llevaremos a cabo relacionando España con el resto de los países productores y exportadores de aceite de oliva. Intentaremos, al mismo tiempo, establecer diferencias entre las principales regiones productoras de nuestro país, así como entre las empresas y empresarios que canalizaron este comercio. Para alcanzar estos objetivos Noruega presenta unas condiciones singularmente apro-

* Departamento de Economía Aplicada. Área de Historia e Instituciones Económicas. Universidad de Granada.

piadas. La importancia de la industria conservera en este país¹, la estrategia de las empresas de considerar al aceite de oliva como el mejor conservante y la riqueza de las fuentes, nos va a permitir un adecuado seguimiento de las exportaciones. Por su vez, las singulares características de la economía noruega, así como los hábitos culinarios de su población, hacían que la práctica totalidad de las importaciones de aceite de oliva se dirigieran al sector conservero. Esto nos permitirá disponer de un mercado único, tanto por su importancia, como por la ausencia de otros nichos de demanda que pudieran interferir en el análisis del objeto de estudio. Por otro lado, la juventud de la industria conservera noruega, su desconocimiento del complejo sector del aceite de oliva, hizo que el suministro de este input quedara en manos de los exportadores de los diferentes países productores. A los conserveros noruegos, ante esta dependencia, sólo les quedó la posibilidad de controlar la calidad de los aceites importados y evitar los fraudes.

2. EL ACEITE DE OLIVA EN LA INDUSTRIA CONSERVERA MODERNA/ LAS CONSERVAS DE PESCADO EN NORUEGA EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX

Pese a que la posibilidad de conservar los alimentos mediante la esterilización se remonta a finales del siglo XVIII², su difusión y expansión industrial no comenzaron hasta mediados del siglo XIX³. Fue la industria francesa la que tomó la iniciativa⁴ y ejerció, en la práctica, su monopolio en el desarrollo de la moderna conserva esterilizada del pescado. Sólo a partir de los años sesenta, nuevos países, en primer lugar EE.UU. y España, iniciaron su andadura en este sector. A ellos se unieron, en la década de los ochenta, Portugal y Noruega. A este grupo de principales países productores se incorporó Japón, a comienzos del siglo XX⁵.

A diferencia de los antiguos métodos de conservación del pescado, la moderna industria conservera recurre a métodos más complejos, a la vez que exige la presencia de nuevos inputs que, en muchos casos, y debido a la dificultad para conseguirlos, entorpecieron su crecimiento. Entre estos nuevos inputs se encuentra el aceite de oliva⁶.

1. A comienzos de los años cuarenta, tras la Segunda Guerra Mundial, la industria conservera noruega empezó por su volumen de producción, la segunda del mundo, tras los EE.UU. y la primera respecto al volumen de exportación. *La industria conservera*, (1947), p. 10.

2. La invención de esta nueva técnica para conservar los alimentos se debe a Nicolás Appert, que ejerció como confitero en París en las últimas décadas del siglo XVIII. A él se deben, asimismo, los primeros intentos para difundir el nuevo procedimiento. En 1810 publicó *Libre de tous les ou l'Art de Conserver pendant plusieurs années toutes les substances animales et vegetables*. Citado por Abreu, F. (1983), p. 279.

3. Sobre los primeros pasos de esta invención, ver: Abreu, F. (1983), pp. 279-282, Carmona, X. (1985) pp. 177-178.

4. Sobre la industria de conservas en Francia, ver: Carmona, X. (1985), D'Avigneu, A.M. (1958) y Decroix, J.L. (1964).

5. Carmona, X. (1994), pp. 128-129.

6. Carmona, X., (1994), p. 128.

En el proceso de elaboración de las conservas de pescado, el aceite de oliva desempeña una función imprescindible y difícil de sustituir, al menos en las primeras décadas de vida de esta nueva industria. Son dos los momentos del proceso fabril en los que el aceite interviene: por un lado, en el freído, una vez que el pescado ha sido cortado, descabezado y esvicerado. En segundo lugar, tras el enlatado del producto, en el aceitado. Estos procedimientos requieren, obligatoriamente, aceites de oliva de gran calidad. De lo contrario el producto final dejaría mucho que desear, tanto en la presentación, como en el sabor, el olor, o, en el peor de los casos, en su deterioro total. Sólo cuando se logró perfeccionar el refino de los aceites de semillas se inició una seria amenaza para el aceite de oliva. La competencia se vio incrementada cuando, gracias a los avances en el proceso de refino y desodorización, el aceite de pescado pudo ser utilizado en estas funciones⁷.

En las décadas iniciales de la industria de conservas de pescado, el suministro de aceite a las fábricas que se fueron extendiendo por Europa era controlado por los franceses. El aceite de Niza era el más apreciado, el que se aseguraba para las conservas de mayor calidad y primeras marcas de las diferentes casas productoras. Su origen francés se resaltaba, situándolo en lugar bien visible de las latas⁸. En estos años el aceite español quedaba fuera de este mercado; su mala calidad, su deficiente refino, cuando lo era, le impedía el acceso a dicha industria. Ni siquiera en la naciente industria conservera española la proximidad de la producción de aceite, las abundantes cosechas o los bajos precios, propiciaron una penetración en el sector⁹. Hubo que esperar a que, como consecuencia de la reacción ante la *crisis agraria finisecular*, se produjera una transformación radical de la industria aceitera¹⁰, lanzando al mercado aceites de calidad y a precios competitivos. En esta devolución, aunque los aceites catalanes ocuparon las primeras posiciones¹¹, los andaluces fueron paulatinamente desplazando al resto de los españoles¹².

La industria conservera noruega es, por las circunstancias que se van a explicar, un caso paradigmático, a la vez que singular, de la progresión de la industria aceitera española en el mercado de la industria de conservas de pescado. El inicio de este sector en Noruega se remonta a finales de los años setenta y comienzos

7. En el caso noruego las consecuencias de esta utilización del aceite de pescado, fundamentalmente de arenque, fueron nefastas para la exportación de aceite de oliva español. De 3.314 toneladas exportadas en 1935, se pasó a tan sólo 1.500, en 1952. Este proceso de sustitución se vio acelerado por las dificultades de la industria noruega para conseguir aceite de oliva en los años de la posguerra española y la Segunda Guerra Mundial. *La industria conservera* (1947).

8. Abreu, F. (1998), pp. 9-14, Gaya, M. (1930), p. 11.

9. Sobre la industria de conservas de pescado en España ver: Nadal, J. (1987), pp. 32-34, Carmona, X. (1983), Abreu, F. (1983), Barrón, J.I. (1992), Ríos, S. (1999).

10. Sobre la modernización de la industria aceitera: Jiménez, J.I. (1986), Zambrana, Fco. (1987), Parejo, A. y Zambrana, Fco. (1994), Hernández, S. (1997), Ramón, R. (1998).

11. Simpson, J. (1997), p. 286.

12. Carmona, X. (1994), p. 130. Sobre la evolución de la calidad de los aceites en las diferentes regiones productoras de España, ver: Zambrana, Fco. (1987), pp. 311-321.

de los ochenta del siglo XIX, y se asentó, como en la mayor parte de las regiones donde arraigó, sobre una tradicional e importante industria de salazón, fundamentalmente de bacalao y arenque, así como una importante flota¹³. Su progresión es muy rápida, situándose en pocos años en el grupo de cabeza de países productores, junto a Portugal, España, EE.UU. y Japón¹⁴. En el primer tercio del siglo XX los principales productos elaborados por esta industria como la gran riqueza de su plataforma costera. La abundancia de pesca en la costa oeste y sur del país y la posibilidad de realizar capturas a lo largo de todo el año¹⁵, dio lugar al establecimiento de un importante número de fábricas en distintas ciudades, entre las que destaca la de Stavanger (cuadro 1).

El volumen de aceite de oliva importado por estos centros conserveros fluctuaba en función de las desiguales campañas de pesca, pero, como podemos observar en el gráfico 1, la demanda no dejó de incrementarse, de tal modo que el mercado Noruego se había convertido, para la industria aceitera española, en el octavo en importancia, durante el primer tercio del siglo XX (cuadro 2). Las ventas pasaron de 1.117 Tns., en 1906, a 3.314 Tns., en 1935.

En los años iniciales de esta industria, como ocurriera en otros países destacados en el sector, el suministro de aceite de oliva estuvo totalmente controlado por los franceses¹⁶. El hecho de haber sido Francia el país impulsor de esta industria y la innegable realidad de que disponía, en estos años finales del siglo XIX y primeros del XX, de los aceites de mejor calidad, le garantizaba su hegemonía en este mercado.

El predominio francés no se mantuvo durante mucho tiempo. Si observamos el cuadro 3 comprobaremos que, desde fechas muy tempranas del siglo XX, la tendencia que se detecta es la de una paulatina pérdida de presencia de la industria aceitera francesa a favor de la implantación de los otros países productores, tendencia que se aceleró a partir de 1914, con una nítida preferencia por el aceite español.

Varios son los factores que explicarían esta consolidación del aceite español. Por un lado, una circunstancia que resulta obvia, a la vista del cuadro 3: la Gran

13. Sobre la importancia de la flota en el crecimiento económico de Noruega, ver: Milward, A. y Saul, S.B. (1979), pp. 494-497. Pollard, S. (1991), p. 280-281. Hildebrand, K.G. (1981), pp. 298-299.

14. La primera fábrica fue abierta por un cocinero francés en 1841; sin embargo, su expansión no se produjo hasta la década de los años ochenta. En 1879 había 4 fábricas, a mediados de los ochenta, 29 y, en 1920, cerca de 200. Sobre la evolución de la industria de conservas de pescado en Noruega, ver: Pereira, E. (1943), Senner, P. (1943), Hodne, F. (1975).

15. Al contrario de otros países, en los que la pesca se centraba en unos pocos meses, la riqueza de las costas noruegas permitía un suministro regular a lo largo de todo el año. La clave estaba en la captura sucesiva de distintas variedades de arenque. Durante el verano y el otoño se pescaba el «*Brisling*», que, una vez ahumado, se enlataba recubierto de aceite de oliva, y era vendido bajo el nombre de «sardinas noruegas. Brisling». En las mismas estaciones se capturaba el «*Smaasild*», un arenque pequeño, pariente del brisling. En primavera se pescaba el arenque de gran tamaño. La caballa, el bacalao, la langosta, y otras especies eran trabajados también por la industria conservera noruega. Ver: Senner, P. (1943), p. 5.

16. Carmona, X. (1985), p. 178. Gaya, M. (1930).

CUADRO 1
PRINCIPALES CENTROS NORUEGOS IMPORTADORES DE ACEITE DE OLIVA
EN 1926 (EN KGRS.)

Ciudad	País de Procedencia					
	Francia		Italia		España	
	Importación	%	Importación	%	Importación	%
Fredrikshald	362	0,08	0	0,00	16.081	0,86
Fredrikstald	22	0,01	0	0,00	9.468	0,50
Oslo	34.744	8,11	2.347	0,52	0	0,00
Hamar	9	0,00	0	0,00	0	0,00
Drammen	200	0,05	0	0,00	0	0,00
Larvik	0	0,00	0	0,00	20.205	1,08
Skien	98	0,02	0	0,00	0	0,00
Arendal	12	0,00	0	0,00	0	0,00
Farsund	2	0,00	0	0,00	0	0,00
Stavanger	251.116	58,60	452.224	99,04	1.225.727	65,27
Kopervik	0	0,00	0	0,00	34.739	1,85
Haugesund	8	0,00	0	0,00	62.861	3,35
Odda	1.000	0,23	0	0,00	0	0,00
Bergen	17.666	4,12	22	0,00	262.914	14,00
Floro	2.743	0,64	0	0,00	14.108	0,75
Aslesund	8.901	2,08	0	0,00	34.035	1,81
Molde	0	0,00	0	0,00	1.017	0,05
Kristisusund	5.596	1,31	3	0,00	5.583	0,30
Trondjom	105.944	24,73	2.015	0,44	161.017	8,57
Namso	3	0,00	0	0,00	0	0,00
Bods	0	0,00	0	0,00	23.957	1,27
Harstad	0	0,00	0	0,00	6.361	0,34
Vardo	100	0,02	0	0,00	0	0,00
Total	428.526	100,00	456.611	100,00	1.878.073	100,00

Fuente: F.E.A.O.E. Biblioteca de la Facultad de CC.EE. y EE. Unv. Málaga¹⁷.

17. Entre las fuentes utilizadas para elaborar este trabajo ocupa un lugar muy destacado los fondos documentales de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva de España, en adelante: F.E.A.O.E. Estos fondos se ubican en la Biblioteca de la Facultad de CC.EE. y EE. de la Universidad de Málaga. Agradezco al profesor Juan Francisco Zambrana que me haya facilitado su localización.

CUADRO 2
EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA A LOS PRINCIPALES
MERCADOS, 1900-1930 (EN QMS.). MEDIA ARITMÉTICA POR PERÍODOS

Países	Período 1901-1903		Período 1911-1913		Período 1926-1930	
	Exportación	%	Exportación	%	Exportación	%
EE.UU.	7.509	1,76	15.065	3,55	130.096	15,89
Argentina	8.099	1,90	77.354	18,24	131.537	16,06
Cuba	39.889	9,35	42.639	10,05	65.794	8,03
Uruguay	2.733	0,64	3.667	0,86	69.596	8,50
Alemania	20.100	4,71	2.776	0,65	4.870	0,59
Francia	62.630	14,67	51.686	12,19	29.588	3,61
Italia	102.667	24,05	106.062	25,01	197.911	24,17
Gran Bretaña	87.780	20,57	27.709	6,53	29.013	3,54
Noruega	3.274	0,77	5.604	1,32	19.275	2,35
Otros países	92.157	21,59	91.572	21,59	141.264	17,25
Total	426.838	100,00	424.134	100,00	818.944	100,00

Fuente: F.E.A.O.E., Biblioteca de la Facultad de CC.EE. y EE. Univ. Málaga.

Guerra Europea. Este conflicto involucró a Francia e Italia, y entregó el mercado conservero noruego en manos de los exportadores españoles. Sin embargo, esta es una circunstancia coyuntural, que afectó a otros sectores de la economía española, incluso a otros mercados de la propia industria aceitera, y sus consecuencias positivas no fueron mucho más allá de unos excepcionales años de beneficios especulativos¹⁸. No parece que fuera este el caso del mercado noruego. Quiere esto decir que, para explicar la sólida hegemonía conseguida por el aceite español en este mercado, tendremos que recurrir a otros factores distintos a los meramente coyunturales.

Desde nuestro punto de vista, para entender esta progresión es necesario, antes de nada, resaltar la singularidad del mercado noruego. A diferencia de otros, en los que la demanda de aceite tenía su origen en un variado abanico de necesidades¹⁹, en el caso noruego la demanda partía, exclusivamente, del sector de conservas de pescado²⁰. Un mercado nuevo, en el que el peso del componente cultural

18. Sobre las consecuencias de la Guerra Europea en las exportaciones españolas de aceite ver: Zambrana, Fco. (1987), pp. 305-306; Hernández, S. (1997), pp. 247-253; Simpson, J. (1997), p. 287.

19. No es fácil simplificar la demanda de aceite en estos años finales del siglo XIX y primeros del XX. A una demanda industrial con destino diverso y en claro retroceso (jabones, cosmética, lubricantes, pinturas, combustible para la iluminación, etc.), hay que sumar el ascendente mercado del «aceite de boca», a su vez de gran heterogeneidad, el de la industria conservera, en sus diferentes ramas, u otros de menor entidad.

20. La importación de aceite de oliva para otros usos es insignificante. Es más, aunque desde los años veinte la asociación de conserveros noruegos emprendió interesantes estudios con el objetivo de diferenciar que tipo de

CUADRO 3
IMPORTACIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN NORUEGA, 1906-1936 (EN TNS.)

Año	Total	Francia	% del total	España	% del total	Italia	% del total	Otros	% del total
1906	1.117	1.074	96,15	36	3,22	7	0,63	–	0,00
1907	807	713	88,35	22	2,73	72	8,92	–	0,00
1908	1.104	715	64,76	101	9,15	288	26,09	–	0,00
1909	1.355	–	–	–	–	–	–	–	–
1910	1.355	–	–	–	–	–	–	–	–
1911	1.606	805	50,12	460	28,64	341	21,23	–	0,00
1912	1.321	–	–	–	–	–	–	–	–
1913	1.035	459	44,35	258	24,93	318	30,72	–	0,00
1914	2.428	906	37,31	1.035	42,63	205	8,44	282	11,61
1915	5.779	676	11,70	4.904	84,86	100	1,73	99	1,71
1916	3.353	109	3,25	3.212	95,79	22	0,66	10	0,30
1917	1.759	32	1,82	1.669	94,88	0	0,00	58	3,30
1918	737	0	0,00	737	100,00	0	0,00	0	0,00
1919	1.456	38	2,61	1.018	69,92	0	0,00	400	27,47
1920	1.101	459	41,69	514	46,68	22	2,00	106	9,63
1921	484	37	7,64	325	67,15	27	5,58	95	19,63
1922	2.003	193	9,64	1.766	88,17	29	1,45	15	0,75
1923	1.909	319	16,71	1.542	80,78	29	1,52	19	1,00
1924	4.489	447	9,96	3.099	69,04	103	2,29	840	18,71
1925	2.141	266	12,42	1.750	81,74	0	0,00	125	5,84
1926	2.788	429	15,39	1.880	67,43	457	16,39	22	0,79
1927	3.178	566	17,81	2.405	75,68	73	2,30	134	4,22
1928	3.249	497	15,30	2.715	83,56	17	0,52	20	0,62
1929	4.741	824	17,38	2.399	50,60	849	17,91	669	14,11
1930	2.668	153	5,73	2.387	89,47	7	0,26	121	4,54
1931	1.342	56	4,17	1.240	92,40	14	1,04	–	0,00
1932	3.856	–	0,00	3.035	78,71	–	0,00	–	0,00
1933	3.222	295	9,16	2.375	73,71	250	7,76	302	9,37
1934	2.228	86	3,86	2.013	90,35	5	0,22	125	5,57
1935	3.314	–	0,00	–	0,00	–	0,00	3.314	100,00
1936	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Fuente: 1906-1932, *Tidsskrift for Hermetikindustri* (recogidos por la F.E.A.O.E., Informe 1.833, a partir de 1933, otras fuentes.

o histórico, que tan presente estuviera en otros mercados aceiteros²¹, está ausente. Asimismo, la variable proximidad geográfica²², que es otra de las que explican el incremento del comercio bilateral, tampoco tendría, en nuestro caso, mayor peso. La distancia que separa a España de Noruega no se diferencia mucho de la existente entre este país y los demás grandes centros exportadores de aceite de oliva. Sólo en el hecho de que era España la que suministraba la sal a la tradicional industria noruega de salazón, podemos encontrar un precedente al suministro de aceite²³.

A nuestro modo de ver habría que considerar como elemento de mayor peso la rigidez de la demanda noruega de aceite de oliva. Es un aceite que se utiliza en la industria conservera, exclusivamente. Es cierto que otros aceites de oliva habrían podido satisfacer esa demanda, incluso otros aceites vegetales. Sin embargo, las exigencias de calidad de la industria noruega de conservas de pescado²⁴ y la necesidad de mantener una homogeneidad y continuidad en el suministro de este input, haría que las condiciones para consolidarse en el mercado quedaran en el lado de la oferta. A mantener la hegemonía, en un escenario sin grandes cambios, contribuiría la confianza en lo que es conocido.

La clave está en cómo el aceite alcanzó a cumplir las condiciones que le imponía el mercado noruego de la industria conservera. Si el aceite español no hubiera logrado unos elevados niveles de competitividad y de adecuación a la demanda, no cabe la menor duda que, una vez superado el conflicto bélico, el mercado noruego se hubiera perdido, dada la homogeneidad de su demanda, en su totalidad. Sin embargo, tras una débil recuperación por parte del aceite francés, la industria conservera noruega se decanta, de forma clara y progresiva, por el aceite de origen español.

aceites de oliva sería más apropiado para las distintas conservas de pescado, en la década de los años treinta aún no habían llegado a conclusiones significativas y seguían inclinándose por la importación de un aceite estándar, cuyas bondades les eran conocidas. Para las investigaciones de la industria conservera noruega sobre la idoneidad de los diferentes tipos de aceites, ver los trabajos de Lunde, G. (1933), Lunde, G. y Mathiesen, E. (1932), Lunde, G., Mathiesen, E. y Mikkelsen, E. (1933), Mathiesen, E. (1932), en la revista *Tidsskrift for Hermetikindustri*. Años 1932, núm. 18 y 1933, núm. 19, entre otros.

21. Desde el punto de vista teórico la influencia del factor cultural e histórico, en gran medida relacionado a los movimientos migratorios, ver: Gould (1994), Eichengreen e Irwin (1996).

22. Linneman (1996).

23. España y Noruega mantenían unas relaciones comerciales en las que la exportación de productos agrícolas -agríos, frutos secos, vinos y licores-, además del aceite de oliva, ocupaban, junto al plomo, los primeros lugares. En la importación española de productos noruegos ocupaban los lugares más destacados los productos relacionados con la industria pesquera, bacalao y esperma de ballena, fundamentalmente, y de la industria maderera, fundamentalmente pasta de papel. Ver: Jacobsen, N. (1953).

24. Las importaciones medidas para garantizar la calidad de los productos de esta industria convirtieron a Noruega en uno de los países punteros en la investigación de los inputs utilizados, así como en los procesos técnicos para la elaboración de estas conservas. En estos objetivos se produjo una coincidencia entre las autoridades noruegas y el empresariado del sector. El resultado fue la creación de un instituto específico, órgano semioficial, cuyo consejo era nombrado por el monarca, en el que destacan los estudios realizados por el «*Hermetikindustriens laboratorium*». Una descripción sintética de los avances conseguidos por esta industria se puede encontrar en: Hann, W.S. (1948).

¿Cuáles son las claves de ese éxito? En primer lugar, *la calidad*. El aceite español, especialmente el catalán, había logrado en los años finales del siglo XIX y, sobre todo, en el primer tercio del XX, unos niveles de calidad superiores, en muchos casos, a la de los mejores aceites franceses o italianos²⁵. Además, a una industria como la noruega de conservas de pescado, fuertemente preocupada por la calidad de los inputs, la gran producción de la industria aceitera española le proporcionaba confianza en cuanto a la ausencia de mezclas nefastas. Garantía que no estaba asegurada en industrias deficitarias, como la francesa e italiana, basadas en la mezcla de aceites de muy divergo origen²⁶.

El reconocimiento a la calidad del aceite español y su adecuación a las necesidades de la industria conservera noruega fue reiteradamente manifestado, no sólo por las instancias científicas de este país²⁷, sino por otros países productores de aceite²⁸. Esta industria era especialmente cuidadosa a la hora de seleccionar los aceites de oliva que deberían usarse en las conservas de pescado. Al contrario de lo que ocurría en España o Portugal, donde no sólo se usaban mezclas en las que el aceite refinado de oliva suponía el mayor porcentaje o la totalidad, sino que, en el caso portugués, se recurre a otros aceites vegetales, los aceites importados por Noruega deberían tener un muy elevado porcentaje de aceite virgen, al que se le asignaba un mayor poder de conservación, a la vez que un bajo nivel de ácido libre²⁹.

De los estudios desarrollados en Noruega por el *Hermetikkindustriens laboratorium*, entre 1929 y 1933, se desprenden diferencias importantes en las características de los aceites importados de diferentes países (cuadro 4 y 5). Dadas las exigencias de este mercado, los aceites franceses tenían pocas posibilidades. Su elevado índice de enranciamiento (7,39) y, sobre todo, su alto contenido de aceites refinados (índice de fluorescencia de 149,86), los colocaba por debajo de los aceites españoles. En similares circunstancias se encontrarían los aceites de

25. Sobre la modernización del olivar y la industria aceitera española ver Zambrana, Fco. (1987).

26. Sobre la importancia de conocer el origen de los aceites y la desconfianza de los conserveros noruegos respecto al origen de algunos aceites, ver: Lunde, G. (1933), pp. 112-117 y Lunde, G., Mathiesen, E., Mikkelsen, E. (1933), 375-382.

27. En lo referente a la calidad de los aceites importados por Noruega, en su inmensa mayoría procedentes de España, las investigaciones anteriormente citadas eran concluyentes: «...*No hemos podido, en ningún caso indicar la presencia de aceites extraños en el aceite de oliva (...). Nosotros tenemos la impresión cierta de que la calidad del aceite de oliva importados en estos últimos años es más igual...*». La preocupación de la industria conservera noruega por la calidad y por el control de las mezclas, les llevó a desarrollar una tecnología específica destinada a detectar los fraudes, adulteraciones y tipo de mezclas que caracterizaban a este producto. Esta tecnología se desarrolla en: Lunde, G. (1933), pp. 112-117 y Lunde, G., Mathiesen, E., Mikkelsen, E. (1933), 375-382.

28. En referencia a la confianza que los conserveros noruegos tenían en el aceite español, la prensa especializada italiana, *L'Olivicoltore*, manifestaba en 1929, año de precios altos en el aceite español, «...*En los veinte años últimos se considera en Noruega que el aceite de oliva español es el más indicado para la conservación del "Sprat" y de los "arenques pequeños"...*». *L'Olivicoltore*, 25 de mayo de 1929, p. 2.

29. La legislación noruega sobre la industria de conservas de pescado exigía que el aceite de oliva no pudiera tener más de un 30% de aceite refinado. Asimismo, la cantidad de ácido libre, acidez, no debería sobrepasar el 2%. Lunde, G., Mathiesen, E., y Mikkelsen, E. (1933).

CUADRO 4
CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES
PRODUCTORES (CAMPAÑA 1932-1933)³⁰

Procedencia	ID	IR	IF	PC	IE	AL	IY
Cataluña	0,92	1,47	110,48	1,13	6,00	1,12	83,27
Andalucía	0,92	1,47	147,00	1,00	4,59	1,08	82,87
Madrid	0,92	1,47	294,00	1,50	3,30	0,63	83,00
España	0,92	1,47	130,50	1,08	5,34	1,09	83,09
Francia	0,92	1,47	149,86	1,58	7,39	0,77	84,15
Italia	0,92	1,47	252,00	2,67	6,22	1,06	83,02
Túnez	0,92	1,48	102,00	1,00	11,75	1,02	89,10
Levante	0,92	1,47	170,00	1,00	9,49	1,91	84,47

Fuente: Lunde, G., Mathiesen, E. y Mikkelse, E. (1933).

ID: Índice de densidad, IR: Índice de refracción, IF: Índice de fluorescencia, PC: Punto de congelación
IE: Índice de enraciamiento, AL: Ácido libre (acidez), IY: Índice de yodo.

CUADRO 5
CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES
PRODUCTORES (CAMPAÑA 1929-1933)

Origen	Campaña	Densidad a 15°C			Índice de refracción			Índice de Yodo			Gliceridos		
		Máxima	Mínima	Media	Máximo	Mínimo	Medio	Máximo	Mínimo	Medio	Máx.	Mín.	Med.
España	1929-1930	0,9170	0,916	0,917	1,4677	1,4672	1,467	85,5	83,0	84,5	1	5	2
	1930-1931	0,9171	0,916	0,917	1,4677	1,4670	1,467	86,3	82,4	83,7	1	5	2
	1931-1932	0,9172	0,916	0,916	1,4674	1,4668	1,467	86,8	79,9	83,1	1	4	2
	1932-1933	0,9166	0,916	0,916	1,4672	1,4668	1,467	86,2	79,4	83,3	1	2	1
Francia	1929-1930	0,9178	0,917	0,917	1,4680	1,4674	1,468	88,5	85,2	86,6	1	5	3
	1931-1932	0,9175	0,916	0,917	1,4678	1,4673	1,468	88,9	83,1	85,4	1	6	4
	1932-1933	0,9174	0,917	0,917	1,4673	1,4670	1,467	86,0	81,9	84,1	1	4	2-3
Italia	1932-1933	0,9167	0,916	0,917	1,4671	1,4670	1,467	83,6	81,8	83,0	2	6	3

Fuente: Lunde, G., Mathiesen, E. y Mikkelse, E. (1933).

30. La fuente facilita una mayor desagregación, diferenciando tipo de envases y ciudad de procedencia de las diferentes partidas, que, por razones de espacio han sido omitidas.

Italia –con un muy elevado índice de fluorescencia y de enranciamiento– o los de Túnez y Esmirna. No cabe duda que los mejor posicionados eran los aceites españoles y, singularmente, los catalanes. Sus características –sabor suave, reducido índice de enranciamiento y baja acidez– les permitían obtener aceites apropiados a la demanda de la industria conservera noruega sin tener que abusar de la mezcla de aceite refinado (índice de fluorescencia del 110,48).

Estas circunstancias, unido al importante volumen de la cosecha española y a los tradicionales y sólidos conocimientos del sector, hacía que los industriales y exportadores españoles, y singularmente los catalanes, pudieran ofrecer un tipo de aceite estándar, con una elevada homogeneidad en las diferentes campañas. Unas condiciones que, como podemos observar en el cuadro 5, otros países tenían mayor dificultad en satisfacer.

En segundo lugar, *el precio*. Difícilmente podríamos explicar el incremento de las exportaciones a Noruega con el simple recurso a la favorable coyuntura bélica o a la calidad de los aceites españoles. No cabe duda que, descartados los elementos culturales o la proximidad geográfica, la cotización en el mercado internacional del aceite español y su relación con sus más próximos competidores ha de ser un factor decisivo para comprender este éxito.

Aunque el precio del aceite de oliva en el mercado internacional está íntimamente ligado a la evolución del precio de otras grasas vegetales³¹, en el mercado noruego la relación habría que establecerla con las cotizaciones del aceite de oliva de otras procedencias, fundamentalmente francesa e italiana³². En la evolución seguida por los precios de este producto, a lo largo del período que nos interesa, podemos diferenciar varias etapas. En una primera, anterior al desarrollo de la industria conservera noruega, los precios más competitivos en el mercado internacional correspondieron al aceite italiano. Sin embargo, a partir de 1880 y, sobre todo, a partir de 1890, con la devaluación de la moneda española, la cotización del aceite español logró unos precios más competitivos que los aceites italianos y franceses. La ventaja definitiva sino la consolidación y expansión, tras *la crisis agraria finisecular*, del olivar en España y su retroceso en Francia e Italia.

Como podemos observar en el cuadro 6, los precios del aceite español permanecieron siempre por debajo de las cotizaciones del aceite italiano, en el período de 1927-1934. Sólo los aceites de Túnez, importados en grandes cantidades por Francia e Italia para elaborar sus mezclas, y los aceites de Levante podrían competir con los de España. Sin embargo, como ya hemos visto, estos aceites no ofrecían la calidad requerida por el mercado noruego.

31. Sobre la evolución del mercado internacional de las grasas vegetales, ver: Zambrana, Fco. (1984).

32. Sólo en 1929, año en el que los precios del aceite español cotizó, durante unos meses, a unos precios superiores a los de sus competidores, los conserveros noruegos importaron aceite de Esmirna. Fue una importación de escaso volumen y poco satisfactoria para la industria noruega (F.E.A.O.E., 1929. Informe 723).

CUADRO 6
EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE ACEITE DE OLIVA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES

Año	España (Tortosa fino)		Italia (Bari soprafino)		Túnez (1ª presión)	
	Pesetas	Francos oro	Liras	Francos oro	Francos	Francos oro
1927	262	232	953	252	1.128	229
1928	217	186	802	219	905	183
1929	222	170	636	173	720	146
1930	181	109	494	135	525	107
1931	211	104	554	151	558	113
1932	206	86	471	125	402	82
1933	171	74	397	107	311	52
1934	171	74	484	129	334	68

Fuente: *L'Oliviculture*, núm. 3, marzo de 1935, p. 37.

En tercer lugar, *la competencia de los empresarios exportadores y lo acertado de sus estrategias en este mercado*. Es cierto, como indica R. Ramón³³, que los empresarios franceses e italianos dispusieron de mejores condiciones de partida. Su experiencia industrial y comercial, sus conocimientos del mercado, así como un marco institucional muy favorable, les proporcionaron unas condiciones de partida difíciles de superar. Esto explicaría su dominio del mercado en el último tercio del siglo XIX y primeros lustros del XX. Sin embargo, la industria aceitera española no estaba huérfana de posibilidades. Su mayor potencial productivo y sus menores costes de producción tal vez fueran las bazas más importantes, pero en absoluto hemos de desdeñar el esfuerzo realizado por el empresariado del sector para superar las barreras de entrada que les imponía el mercado exterior. Como sabemos por los estudios de Zambrana, Parejo, Jiménez, Zapata y Hernández, la competitividad del aceite español ganó muchos enteros en el primer tercio del siglo XX. No sólo se produjo la modernización del cultivo y del proceso de fabricación, facetas que repercutieron directamente en la mejora de la calidad, sino que, parejo a estos cambios, se desarrolló una activa penetración del empresariado español en el mercado exterior.

El caso del mercado noruego es más que significativo. Una vez que dispusieron de un producto de calidad, en cantidad suficiente y a precios competitivos, las estrategias seguidas por los exportadores españoles fueron mucho más agresivas que las de los empresarios italianos o franceses. A este respecto, cabe destacar: en primer lugar, el ofrecimiento de un aceite de calidad y adaptado al gusto de los

33. Ramón, R. (1997), pp. 49-53.

conserveros noruegos³⁴. El aceite que llegaba a Noruega era obtenido por el procedimiento de mezclas de diferentes aceites de oliva, refinado y virgen («*coupages*»), en las que el tipo «*Tortosa*» tenía un lugar preferente³⁵. Cada año estas mezclas alcanzaba una mayor homogeneidad³⁶, consiguiendo un aceite caracterizado por su gran brillantez, una acidez inferior a un grado y un buen paladar. En segundo lugar, el cuidado puesto por los exportadores españoles en que el producto fuera de la mayor calidad y no sufriera alteraciones por su almacenaje o transporte. El aceite que se enviaba a Noruega era embalado en barriles de madera de castaño que, a diferencia de los de roble, evitaba la alteración en el sabor del aceite. En los años treinta estos envases estaban siendo sustituidos por otros de acero, interiormente estañados. En tercer lugar, el seguimiento del mercado y las ventajosas formas de pago. Los exportadores españoles habían conseguido una sólida red de agentes de venta en Noruega, con su centro en Stavanger, a la vez que visitaban regularmente a sus compradores, con objeto de tener un conocimiento puntual de sus preferencias. Asimismo, tenían establecidas formas de pago, entre 30 y 60 días, más ventajosas que la de sus competidores.

3. EMPRESAS Y EMPRESARIOS ESPAÑOLES EN EL MERCADO NORUEGO

El análisis de las empresas presentes en el mercado de la industria noruega de conservas de pescado se puede hacer desde diversas perspectivas. La búsqueda de elementos que permitan establecer diferencias entre ellas debe de ser una. Nuestra atención ha de estar puesta, asimismo, en la posibilidad de establecer niveles de especialización entre las diferentes regiones españolas productoras de aceite. Un tercer enfoque ha de ser contrastar la presencia e importancia de la actividad de estas empresas en el mercado noruego, del que se ha destacado ya su singularidad, con respecto a los mercados más importantes del aceite español.

Las fuentes para este análisis son las declaraciones juradas presentadas por las empresas exportadoras españolas para el período de tiempo de 1930-1935³⁷, el

34. Los propios competidores italianos reconocían esta calidad. El órgano de prensa *L'Olivicoltore*, refiriéndose, en 1929 a los mayores precios que en esos meses tenía el aceite español indicaba: «*En el último número de la revista de los fabricantes noruegos de conservas alimenticias, éstos hacen interesantes apreciaciones dignas de conocerse, declarándose, desde luego, decididos protectores del mercado español. Se afirma rotundamente en dicho órgano de publicidad, que el aceite de oliva español es de superior calidad al de otras procedencias, y que en cuanto a la aplicación de la industria conservera reúne cualidades intrínsecas inmejorables, haciendo sobre salir la excelencia del aceite español...*». Recogido por *la Hoja Informativa*, F.E.A.O.E., Informe 723, año 1929.

35. Gaya, M. (1930), p. 11.

36. En los repetidos análisis que los laboratorios de la industria conservera noruega realizó de los aceites importados, así como en las constataciones que el químico Mathiessen lleva a cabo en nuestro país, se pone de manifiesto este procedimiento y sus buenos resultados.

37. Estas declaraciones, en las que figuran las exportaciones a la totalidad de los mercados aceiteros llevadas a cabo por las empresas exportadoras españolas, fueron recogidas por la FEAOE, en octubre de 1935. Sin embargo,

Registro Oficial de Exportadores, creado por R.O. de 11 de diciembre de 1929³⁸ los Libros de Registro de Sociedades del Registro Mercantil de las diferentes provincias andaluzas y los Anuarios Financieros. Desgraciadamente estas fuentes no nos permiten establecer un seguimiento de la implantación de las diferentes empresas a lo largo del período estudiado, pues los datos de los que disponemos sólo hacen referencia al quinquenio de 1930-1935. Habrá que esperar a que se lleven a cabo estudios monográficos sobre estas sociedades para comprender como fueron sus trayectorias en este y otros mercados. Mientras tanto, algunas conclusiones sí que podremos obtener, por pobres que estas sean, de los datos disponibles.

En primer lugar, se constata que, pese a las singularidades del mercado noruego, no son pocas las empresas exportadoras que están presentes en él (cuadro 7). De las 49 recogidas en el apéndice 1, veintiuna mantienen relaciones comerciales con la industria conservera de este país. Esto nos indicaría que, dadas las exigencias de calidad y el tipo de aceite demandado por la industria conservera noruega existía un empresariado activo, conocedor del mercado exterior y dispuesto a luchar por penetrar en él.

En segundo lugar, una agrupación de estas empresas por su origen, pone de manifiesto el claro predominio del sector exportador catalán sobre la otra gran área productora, Andalucía. Nada de extraño tiene este mayor peso de la industria aceitera catalana. Como hemos indicado, esta industria fue la primera en conseguir aceites de calidad y desarrollar el sector del refino³⁹. Asimismo, los aceites catalanes se adaptaban singularmente a las exigencias de los conserveros noruegos⁴⁰. Sus aceites vírgenes tenían un sabor más suave, menos intenso que los andaluces por lo que no requerían ser rebajados con aceite refinado. Del mismo modo, su experiencia comercial y su implantación en los mercados exteriores eran muy superiores al resto de las regiones productoras españolas⁴¹.

Más llamativa es la importante presencia de empresas andaluzas en este mercado. De las 21 empresas que exportaban a Noruega, 10 estaban radicadas en Andalucía. Su implantación en este mercado sería más reciente, según se deduce de la fecha de constitución de la mayor parte de ellas. Como se verá más adelante, estas empresas, por su objeto social, por el volumen de capital que movilizan

no todas las empresas exportadoras españolas habrían entregado estas declaraciones. El Registro de Exportadores llega a contabilizar hasta 80 empresas (*Gaceta de Madrid*, 11 de enero de 1933). Ignoramos la importancia de las ausentes en el volumen total del aceite exportado y sus mercados preferentes. No obstante, entendemos que las que entregaron la documentación exigida a la F.E.A.O.E. serían las más importantes del sector.

38. *Gaceta de Madrid* del 29 de diciembre de 1929. En 1932, el gobierno de la República, por Orden del 8 de octubre de 1932, del ministerio de Agricultura, Industria y Comercio, confirmó este Registro de Exportadores.

39. Simpson, J. (1997), p. 286.

40. Como se ha indicado en otro lugar, la industria conservera noruega exigía que el aceite utilizado fuera, al menos, en un 70% virgen. Los aceites andaluces vírgenes tenían un fuerte sabor al fruto, por lo que dado los gustos de la demanda, se solían mezclar en una proporción del 30% virgen y 70% refinado.

41. Sobre la temprana presencia de los exportadores catalanes en los distintos mercados, ver Ramón, R. (1997).

CUADRO 7
EXPORTACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL A NORUEGA, 1930-1935.
EXPORTADORES Y ORIGEN DE LA EXPORTACIÓN

Empresa	1	2	3	4	5	6	7
Carbonell (Córdoba), S.C.	Córdoba	1866	1.243.955	9,61	31.726.331	3,92	0,61
Dulken (E. Van), R.C.	Málaga	1932	392.401	3,03	12.069.936	3,25	0,19
Luca de Tena (Hijos de), R.	Sevilla	1891	4.850	0,04	6.205.656	0,08	0,00
Maestroni, S.A.	Málaga	1926	1.328.900	10,27	6.783.824	19,59	0,65
Minerva, S.A.	Málaga	1919	337.255	2,61	29.523.257	1,14	0,16
Pallarés Hermanos, R.C.	Córdoba (Cabra)	1917	708.278	5,47	8.085.614	8,76	0,34
Riva Hermanos, S.A.	Málaga y Jaén	1926	75.974	0,59	6.410.562	1,19	0,04
Utrerana, S.A., La	Sevilla (Utrera)	1923	15.103	0,12	205.040	7,37	0,01
Ibarra (Hijos de), S.C.	Sevilla	1885	61.300	0,47	27.776.036	0,22	0,03
Moro, S.A.	Barcelona	1926	321.800	2,49	19.589.900	1,64	0,16
Total Andalucía	-	-	4.489.816	34,69	148.376.156	3,03	2,19
Ballester Romero, Juan	Tarragona (Tortosa)	-	2.798.638	21,62	8.948.011	31,28	1,36
Bassedá, Antonia	Barcelona	1850	758.108	5,86	1.047.862	72,35	0,37
Fontana, Enrique	Tarragona	-	112.518	0,87	6.647.874	1,69	0,05
Gasull (Est. Félix)	Tarragona (Reus)	1922	898.156	6,94	11.100.718	8,09	0,44
Hijos de José Sabater	Tarragona (Reus)	-	1.109.909	8,58	8.587.696	12,92	0,54
Mangrané, Daniel	Barcelona	-	1.305.241	10,09	1.463.661	89,18	0,64
Pallarés, Fernando	Barcelona	1932	1.084.939	8,38	3.057.679	35,48	0,53
Pedrol, Manuel	Tarragona	-	326.471	2,52	5.647.091	5,78	0,16
Total Cataluña	-	-	8.393.980	64,86	46.500.592	18,05	4,09
Cía. Exportadora Española	Madrid	1933	34.572	0,27	5.822.674	0,59	0,02
Salgado y Cía.	Madrid	1920	21.751	0,17	2.857.996	0,76	0,01
Total Madrid	-	-	56.323	0,44	8.680.670	0,65	0,03
Ballester y Cía.	Valencia	-	2.225	0,02	1.764.057	0,13	0,00
Total Valencia	-	-	2.225	0,02	1.764.057	0,13	0,00
TOTAL	-	-	12.942.344	100,00	205.321.475	6,30	6,30

Fuente: Resumen de las declaraciones de exportación presentadas a la F.E.A.O.E., Informe 2.539.

1: Provincia donde radica, 2: Año de constitución, 3: Volumen exportado, en Kgrs., 4: % sobre el aceite exportado a Noruega, 5: Exportación al resto de los mercados, en Kgrs., 6: % sobre el total exportado por la empresa a todos los mercados, 7: % sobre el total de las exportaciones de todas las empresas.

y por las características de sus socios, poco tienen que ver con las empresas que se habían formado en el sector del cultivo del olivar o de la fabricación del aceite⁴². El elevado volumen de exportación alcanzado por alguna de estas empresas andaluzas, de fecha de constitución muy próxima al período al que se refieren los datos –*Dulken, R.C.*; *Maestroni, S.A.*; *Pallares Hermanos, S.A.*; *Minerva, S.A.*; *Moro, S.A.*; *Riva Hermanos, S.A.*; *La Utrerana, S.A.*–, nos sugiere que una parte significativa de los empresarios agrupados en ellas habrían de tener una importante experiencia en el sector. Es decir, nuevas empresas, con nueva ubicación, constituidas por «*viejos empresarios*», procedentes, en muchos casos, de otras regiones con más experiencia en el sector.

Las diferencias entre las empresas catalanas y andaluzas se hacen más evidentes si, en vez de referirnos al volumen exportado a Noruega (cuadro 7, columnas 3 y 4), prestamos atención al significado de esas exportaciones en relación con la actividad total de cada una de estas empresas (cuadro 7, columnas 5, 6 y 7). En este caso, se constata un nivel de concentración mucho mayor en las catalanas que en las andaluzas. Para estas últimas el mercado noruego supondría solamente el 3,03 % o el 2,06 %, en función del indicador que tomemos de referencia. Para las catalanas, el porcentaje se eleva al 18,05 % y el 3,85 %, respectivamente. Por empresas, en Andalucía sólo hay tres en las que el mercado noruego tenía un peso significativo, *Maestroni, S.A.*, (19,59 %), *Pallares Hermanos, S.A.* (8,76 %), y *La Utrerana, S.A.* (7,37 %). Las tres son empresas de reciente creación, en las que el empresariado de origen catalán tenía una importante presencia⁴³. Por el contrario en un número importante de empresas catalanas el mercado noruego era un interesante destino.

4. LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA A LOS MERCADOS MÁS IMPORTANTES

A la luz de estos datos consideramos que es de interés establecer un contraste entre la situación del mercado noruego y otros mercados importantes para el aceite de oliva español. Los más de 70 mercados con los que estas empresas mante-

42. Una caracterización del empresariado agrícola y fabricantes de aceite de oliva, en este caso referida sólo a la provincia de Jaén, podemos encontrarla en Hernández, S. (1997), pp. 338-356.

43. De estas tres empresas la primera en establecerse fue *Pallares Hermanos, Sociedad Regular Colectiva*. De origen catalán, de Tortosa, se estableció en Cabra en 1917 con un capital social de 500.000 ptas. En 1928 se transformaría en sociedad anónima ampliando su capital hasta 7.000.000 de Ptas. La segunda de estas empresas *La Utrerana, S.A.*, fue creada en 1923. Entre sus socios figuraba el barcelonés Daniel Mangrane Bocado, de la empresa Daniel Mangrané, de Barcelona, que aportó la mayor parte del capital social de la empresa en el momento de la constitución (1.250.000 Ptas., de un total de 1.300.000). En posteriores ampliaciones entrarían a formar parte de la sociedad nuevos empresarios catalanes. Este es el caso de los miembros de la conocida familia de exportadores de aceite de Tortosa: Francisco y Pedro Bau Blasi, o de Francisco Bau Nolla. La empresa *Maestroni, S.A.*, se creó en 1926. Entre sus socios figuran de nuevo los hermanos Pallares.

nían relaciones comerciales los hemos reducido a los más significados, 9 en total. A su vez, éstos los hemos agrupado en tres bloques: EE.UU., América Latina (Argentina, Cuba y Uruguay) y Europa (Francia, Inglaterra, Italia, Portugal y Noruega).

El escenario dibujado por los cuadros 8 y 9 es considerablemente distinto al que encontrábamos en el mercado noruego. En este caso el mayor volumen de exportación era canalizado a través de empresas radicadas en Andalucía. La proporción casi se invierte, un 70,58 % de Andalucía, frente a un 25,19,85 % de Cataluña⁴⁴ (Cuadro 9, total de exportación, columna C), cuotas de mercado muy proporcionadas con la capacidad de producción de aceite en las dos regiones, ya que —entre 1930 y 1935— el aceite andaluz suponía el 62 % del total español⁴⁵.

Los cuadros 8 y 9 nos permiten obtener algunas valoraciones más sobre el significado de las empresas exportadoras en ambas regiones. Del cuadro 8, se deduce que en las dos regiones la concentración de las ventas en determinados mercados se incrementa en relación inversa al tamaño de la empresa⁴⁶. Sin embargo, la concentración era mayor en las empresas catalanas que en las radicada en Andalucía. En el primer caso, los índices son elevados incluso en las empresas con gran volumen de exportación⁴⁷. Por el contrario, en el caso andaluz, salvo *Longoria, S.C.* (índice de concentración: 1,1509) y *Olivarera Peninsular, S.A.* (1,3112), el resto de las grandes empresas presentan una mayor diversificación en el destino de sus ventas.

44. Las exportaciones declaradas por estas empresas, para el período de 1930-julio de 1935, equivalen al 69,75% del total de las exportaciones españolas de aceite de oliva registrada por la Dirección General de Aduanas durante ese mismo período. Según estas dos fuente, los países donde estas empresas canalizarían un menor volumen de la exportación española sería: Italia, donde controlarían el 77,93% y, sobre todo, Francia, con el 35,22 %. Los datos de la exportación española por las diferentes aduanas los hemos obtenido en Zambrana. Fco. (1987), pp. 431-436.

45. Zambrana, Fco. (1999).

46. En este caso el indicador de tamaño de la empresa sería el volumen de sus exportaciones.

47. Se define el «índice de concentración» por destinos de las exportaciones de aceite de la empresa j como la suma, en valores absolutos, de todas las diferencias entre la participación individual y media de las exportaciones hacia cada país. La medida que resulta puede tomar valores entre 0 y 2, de forma que, un índice elevado un alto grado de especialización de la empresa en determinados destinos. Si denotamos:

E_{ij} = Exportaciones de la empresa j hacia el país i

E_i = Exportaciones de todas las empresas hacia el país i

E_j = Exportaciones de la empresa j

E = Exportaciones totales de las empresas recogidas

$R_{ij} = E_{ij}/E_j$ = Participación del país i en las exportaciones de la empresa j

$R_{ji} = E_{ij}/E_i$ = Participación de la empresa j en las exportaciones hacia el país i

$R_i = E_i/E$ = Participación del país i en las exportaciones totales

$R_j = E_j/E = E_j/E$ = Participación de la empresa j en las exportaciones totales

El índice de concentración por destinos resulta:

$$L_j = \sum_i |R_{ij} - R_i| = \text{Índice de concentración en los destinos de la empresa } j$$

CUADRO 8
EXPORTACIÓN DE ACEITE DE OLIVA A LOS PRINCIPALES MERCADOS, 1930-JULIO 1935 (EN TNS.)

Nombre	FJ	AC	CS en 1930-35	Prov.	EE.UU.	América Latina										Europa					Total general	IC	
						Argentina	Cuba	Uruguay	Total Amér. L.	Francia	Inglaterra	Italia	Portugal	Noreaga	Total Europa	Francia	Inglaterra	Italia	Portugal	Noreaga			Total Europa
Radicadas en Andalucía																							
Carbonell (Córdoba)	S.C.	1896	10.000.000	CO	14.935	1.873	5.256	2.105	9.234	3	904	2.106	3.300	1.244	7.558	31.726	0,62						
Minerva, S.A.	S.A.	1919	1.000.000	MA	11.179	1.320	523	82	1.925	63	642	13.548	1.829	337	16.419	29.523	0,88						
Ybarra (Hijos de)	S.C.	1885	19.992.000	SE	6.594	14.569	160	5.562	20.291	0	80	0	750	61	891	27.776	0,90						
Longona (Miguel G.)	S.C.	1909	2.796.720	SE	96	12.248	5.759	6.142	24.149	0	0	0	0	0	24.234	1,15							
Moro, S.A.	S.A.	1926	4.004.000	MA	1.833	2.802	962	1.206	4.970	41	46	11.281	1.096	322	12.786	19.590	0,82						
Dulken (E. Van)	R.C.	1932	100.000	MA	4.750	21	800	0	821	80	3.893	1.878	256	392	6.499	12.070	0,85						
Oliverera Peninsular, S.A.	S.A.	1931	1.010.000	MA	7.516	0	64	0	64	0	229	596	0	0	825	8.405	1,31						
Pallarés Hermanos, S.A.	R.C.	1917	7.000.000	CO	2.732	136	12	36	185	71	95	2.327	1.968	708	5.169	8.086	0,91						
Torres y Ribellas	R.C.	1914	512.772	SE	322	2.084	1.399	3.882	7.364	0	91	0	196	0	287	7.974	1,01						
Maestroni, S.A.	S.A.	1926	1.010.000	MA	1.699	56	14	0	70	403	482	2.242	559	1.329	5.015	6.784	0,82						
Riva Hermanos	S.A.	1926	1.005.000	MA	2.215	8	2.583	0	2.591	19	337	587	585	76	1.604	6.411	0,82						
Luca de Tena (Hijos de)	R.C.	1891	4.040.000	SE	697	1.591	2.280	16	3.887	57	916	54	590	5	1.621	6.206	0,84						
Bruquer y Trujillo	-	1923	480.000	SE	676	8	4.990	0	4.998	0	6	0	4	0	10	5.683	1,46						
Carbonell (Sevilla)	-	-	-	SE	3	0	5.033	0	5.033	0	0	0	0	0	0	5.036	1,71						
Francés y Cía.	OT	1882	2.000.000	CO	0	1.406	35	0	1.441	0	0	0	548	0	548	1.988	1,46						
Oliverera del Mediterr.	S.A.	1928	2.000.000	MA	112	0	0	0	0	0	0	1.703	0	0	1.703	1.815	1,53						
Espuny, Agustín	-	-	-	JA	0	0	0	0	0	875	0	708	0	0	1.583	1.583	1,60						
Aceitera del Mediterr.	S.A.	1917	1.005.000	MA	104	0	832	0	832	0	4	0	0	0	4	940	1,48						
Funes e Hijos	-	-	-	JA	1	0	8	0	8	0	0	833	0	0	833	842	1,63						
Monturque, S.A.	S.A.	1923	700.000	JA	0	0	12	0	12	0	0	256	0	0	256	267	1,57						
Jiménez y Cía., Pablo	S.C.	1903	900.000	JA	0	15	33	0	48	11	0	123	25	0	159	207	1,07						
Ultrera, S.A., La	S.A.	1923	2.100.000	SE	18	0	0	0	0	89	1	69	13	15	187	205	1,23						
Larios, S.A.	S.A.	1933	10.000.000	MA	0	12	0	0	12	0	0	0	19	0	19	31	1,50						
Rodríguez Hermanos	R.C.	1887	10.000	CO	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	10	10	1,91						
Oleum, S.A.	S.A.	1920	2.100.00	JA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						

CUADRO 8 (Continuación)

Nombre	FJ	AC	CS en 1930-35	Prov.	EE.UU.	América Latina					Europa					Total general	IC
						Argentina	Cuba	Uruguay	Total Amér. L.	Francia	Inglaterra	Italia	Portugal	Noreste	Total Europa		
Radicaladas en Cataluña																	
Bau, S.A.	S.A.	1890	3.000.000(*)	TA	414	11.597	1.226	1.246	14.069	0	57	0	0	0	57	14.540	1,22
Gasull (Est. Félix)	S.A.	1922	2.000.000(*)	TA	2.847	3	1.779	9	1.791	1.439	665	3.384	77	898	6.463	11.101	0,63
Sensat e Hijos (G.)	R.C.	1878	9.900.000(*)	BA	642	953	7.633	383	8.968	0	4	0	0	0	4	9.614	1,30
Ballester Romero, Juan	-	-	-	TA	282	3.814	0	23	3.836	104	5	1.873	48	2.799	4.830	8.948	1,05
Hijos de José Sabater	-	-	-	TA	624	4.036	378	84	4.498	530	974	851	0	1.110	3.465	8.588	0,90
Fontana, Enrique	-	-	-	TA	1.614	379	3	0	382	866	2.756	918	0	113	4.652	6.648	0,95
Pedrol, Manuel	-	-	-	TA	100	268	262	9	539	1.355	1.628	1.699	0	326	5.009	5.647	1,19
Pallarés, Fernando	S.A.	1932	1.355.000(*)	BA	101	361	161	59	50	420	333	472	66	1.085	2.376	3.058	0,96
Panisello, Juan	-	-	-	TA	539	0	0	0	0	390	55	1.401	0	0	1.845	2.384	1,11
Mangrané, Daniel	-	-	3.050.000(*)	BA	2	29	2	0	30	29	14	84	0	1.305	1.431	1.464	1,70
Bassedá, Antonia	-	1850	-	BA	79	89	0	27	116	0	4	90	0	758	853	1.048	1,36
Armengol, S.A.	-	-	-	BA	0	4	368	0	372	0	0	0	0	0	0	372	1,69
Fabril y Comer. Balcells	-	-	-	BA	0	0	302	0	302	23	0	0	0	0	23	325	1,66
Acetes Pocar, S.A.	S.A.	1857	2.010.000(*)	BA	0	69	5	5	78	16	1	171	0	0	188	267	1,11
Auiran Barberán, Fdo.	-	-	-	BA	0	12	0	0	12	0	0	0	0	0	0	12	1,59
Salat, S.A.	S.A.	1925	2.000.000(*)	BA	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1,45
La Aceitera Exportad.	S.A.	1913	1.500.000(*)	BA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Cataluña	-	-	-	-	7.243	21.613	12.119	1.843	35.575	5.172	6.496	10.944	192	8.394	31.197	74.015	0,52
																	(21,24)

(*) En 1936.

CUADRO 8 (Continuación)

Nombre	FJ	AC	CS en 1930-35	Prov.	EE.UU.	América Latina										Total general	IC
						Argentina	Cuba	Uruguay	Total Amér. L.	Francia	Inglaterra	Italia	Portugal	Nomega	Total Europa		
Oleivinicola del C. de España, S.A.	-	-	-	CR	0	0	0	0	0	268	0	7	1.725	0	2.000	1,85	
Colomer	S.A.	1933	500.000(*)	M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Salgado y Cía.	S.A.	1920	3.000.000(*)	M	1.858	161	9	9	161	2	9	574	241	22	738	9,85	
Cía. Export. Española	-	1933	-	M	5.237	0	0	0	0	0	526	25	0	35	586	1,40	
Total Madrid	-	-	-	-	7.096	161	0	0	161	2	626	599	241	56	1.424	8,681	
Ballester y Cía.	-	-	-	VA	323	51	0	0	51	29	88	1.270	0	2	1.390	1,09	
Casanova, S.A.	S.A.	1921	3.000.000(*)	VA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Total Valencia	-	-	-	-	323	51	0	0	51	29	88	1.270	0	2	1.390	1,09	
TOTAL GENERAL	-	-	-	-	70.136	59.975	42.881	20.873	123.719	7.184	14.836	51.132	13.904	12.942	99.998	293,863	

(*) En 1936.

Fuente: Resumen de las declaraciones de exportación presentadas a la F.E.A.O.E., Informe 2.539.

(1) Media aritmética andaluza. (2) Media aritmética catalana. FJ: Forma jurídica al consituirse. AC: Año de constitución. CS: Capital social. IC: Índice de concentración.

Las diferencias aumentan si prestamos atención al cuadro 9. En él hemos agrupado, como se indicó anteriormente, los nueve principales mercados en tres grandes áreas: EE.UU., América Latina y Europa. Como podemos observar por la importancia de las exportaciones de cada región a los diferentes ámbitos, columna C, las empresas catalanas, en su conjunto, tenían una presencia similar en los mercados de Europa y América del Sur; y, en tercer lugar, a gran distancia de los anteriores, en los EE.UU. Una imagen distinta presentan las empresas andaluzas, tomadas en su conjunto.

En un análisis detallado, prestando atención a cada una de las empresas de las dos regiones, columna B, se confirma esta impresión general. Pues, aunque encontramos algunas grandes empresas catalanas que concentraban el grueso de su negocio con América Latina, mercado en el que tendrían un gran arraigo y prestigio⁴⁸, caso de *Bau S.A.*, o *Sensat e hijos*, la mayoría de ellas dirigen el mayor porcentaje de sus exportaciones al mercado europeo. En el caso andaluz, aunque, asimismo, había un nutrido grupo, de entre las grandes empresas, que tenía en Europa un importante destino de sus ventas, son los EE.UU. y Latino América sus grandes mercados.

Conocer las causas de esta distribución de las exportaciones en las dos grandes regiones productoras requeriría estudios específicos sobre cada uno de estos mercados⁴⁹. A nuestro entender, aunque sólo sea una hipótesis sin contrastar, el predominio de los exportadores catalanes en Europa estaría relacionado, por un lado, con una demanda más exigente, que busca aceites de mayor calidad, condición que cumplían un porcentaje importante de los aceites catalanes, sobre todo los de las comarcas leridanas de Borjas Blancas. Este sería el caso de gran parte de los aceites destinados a Francia, Italia, para la realización de «*coupage*», y a la industria conservera noruega⁵⁰. Por otro, con la mayor tradición comercial y conocimiento del mercado europeo que caracterizaba al empresariado catalán.

Por el contrario, al mercado americano, tanto del norte como del sur, con una demanda menos exigente, se enviaban grandes partidas de aceite andaluz, de calidad inferior, mezcla de refinado, un 70 %, y virgen, un 30 %, pero a un precio también más bajo⁵¹. El aceite andaluz se enviaba, así mismo, a los países intermedios: Francia y, sobre todo, Italia, desde donde, tras ser refinado y mezclado, se comercializaba, bajo marcas de estos países, en los más importantes mercados.

48. Algunas notas sobre la presencia de estos empresarios en América podemos encontrarlas en Ramón, R. (1996), p. 50.

49. Un estudio sobre las características de los diferentes mercados podemos encontrarlo en: Ramón, R. (1999).

50. Sobre la exportación de aceite catalán a países europeos para la realización de «*coupages*», ver: Gaya, M. (1930), p. 11, Mathiesen, E. (1933).

51. Mathiesen, E. (1933).

CUADRO 9
PRINCIPALES ÁMBITOS DE EXPORTACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DEL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA,
1930-JULIO 1935 (EN TONELADAS)

Nombre	EE.UU.			América Latina			Europa			Total general		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Radicadas en Andalucía												
Carbonell (Córdoba)	14.935	47,07	21,29	9.234	29,10	7,46	7.558	23,82	7,56	31.726		10,80
Minerva, S.A.	11.179	37,87	15,94	1.925	6,52	1,56	16.419	55,61	16,42	29.523		10,05
Ibarrá (Hijos de)	6.594	23,74	9,40	20.291	73,05	16,40	891	3,21	0,89	27.776		9,45
Longoria (Miguel G.)	86	0,35	0,12	24.149	99,65	19,52	0	0,00	0,00	24.234		8,25
Moro, S.A.	1.833	-	2,61	4.970	25,37	4,02	12.786	65,27	12,79	19.590		6,67
Dulken (E. Van)	4.750	39,35	6,77	821	6,80	0,66	6.499	53,85	6,50	12.070		4,11
Olivera Peninsular, S.A.	7.516	89,43	10,72	64	0,76	0,05	825	9,82	0,83	8.405		2,86
Pallarés Hermanos	2.732	33,78	3,89	185	2,28	0,15	5.169	63,93	5,17	8.086		2,75
Torres y Ribellas	322	4,94	0,46	7.364	92,36	5,95	287	3,60	0,29	7.974		2,71
Maestroni, S.A.	1.699	25,05	2,42	70	1,03	0,06	5.015	73,93	5,02	6.784		2,31
Riva Hermanos	2.215	34,56	3,16	2.591	40,42	2,09	1.604	25,02	1,60	6.411		2,18
Luca de Tena (Hijos de)	697	11,23	0,99	3.887	62,64	3,14	1.621	26,13	1,62	6.206		2,11
Bruguier y Trujillo	676	11,89	0,96	4.998	87,93	4,04	10	0,18	0,01	5.683		1,93
Carbonell (Sevilla)	3	0,06	0,00	5.033	99,94	4,07	0	0,00	0,00	5.036		1,71
Francés y Cía.	0	0,00	0,00	1.441	72,46	1,16	548	27,54	0,55	1.988		0,68
Olivera del Mediterráneo	112	6,18	0,16	0	0,02	0,00	1.703	93,80	1,70	1.815		0,62
Espuny, Agustín	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	1.583	100,00	1,58	1.583		0,54
Acitera del Mediterráneo	104	11,09	0,15	832	88,50	0,67	4	0,41	0,00	940		0,32
Funes e Hijos	1	0,07	0,00	8	1,01	0,01	833	98,93	0,83	842		0,29
Monturque, S.A.	0	0,00	0,00	12	4,30	0,01	256	95,70	0,26	267		0,09
Jiménez y Cía., Pablo	0	0,00	0,00	48	23,15	0,04	159	76,85	0,16	207		0,07
Ultrana, S.A., La	18	8,87	0,03	0	0,00	0,00	187	91,13	0,19	205		0,07
Larios, S.A.	0	0,00	0,00	12	38,83	0,01	19	61,17	0,02	31		0,01
Gross Hermanos	2	22,35	0,00	8	77,65	0,01	0	0,00	0,00	11		0,00
Rodríguez Hermanos	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	10	100,00	0,01	10		0,00
Oleum, S.A.	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00	0		0,00

CUADRO 9 (Continuación)

Nombre	EE.UU.			América Latina			Europa			Total general		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
	Radicadas en Cataluña											
Bau, S.A.	414	2,85	0,59	14,069	96,76	11,37	57	0,39	0,06	14,540	0,06	4,95
Gasull (Est. Félix)	2.847	25,65	0,06	1.791	16,13	1,45	6.463	58,22	6,46	11.101	6,46	3,78
Sensat e Hijos (G.)	642	6,67	0,91	8,968	93,28	7,25	4	0,04	0,00	9,614	0,00	3,27
Ballester Romero, Juan	282	3,15	0,40	3,836	42,87	3,10	4,830	53,97	4,83	8,948	4,83	3,04
Hijos de José Sabater	624	7,27	0,89	4,498	52,38	3,64	3,465	40,35	3,47	8,588	3,47	2,92
Fontana, Enrique	1.614	24,27	2,30	382	5,75	0,31	4,652	69,98	4,65	6,648	4,65	2,26
Pedrol, Manuel	100	1,77	0,14	539	9,54	0,44	5,009	88,69	5,01	5,647	5,01	1,92
Pallarés, Fernando	101	3,31	0,14	580	18,98	0,47	2,376	71,71	2,38	3,058	2,38	1,04
Panisello, Juan	539	22,60	0,77	0	0,00	0,00	1,845	71,40	1,85	2,384	1,85	0,81
Mangrané, Daniel	2	0,13	0,00	30	2,08	0,02	1,431	97,80	1,43	1,464	1,43	0,50
Bassedá, Antonia	79	7,56	0,11	116	11,06	0,09	853	81,37	0,85	1,048	0,85	0,36
Armengol, S.A.	0	0,00	0,00	372	100,00	0,30	0	0,00	0,00	372	0,00	0,13
Fabril y Comercial Batcells	0	0,00	0,00	302	92,79	0,24	23	7,21	0,02	325	0,02	0,11
Aceites Pocar, S.A.	0	0,00	0,00	78	29,37	0,06	188	70,63	0,19	267	0,19	0,09
Aurcan Barberán, Fernando	0	0,00	0,00	12	100,00	0,01	0	0,00	0,00	12	0,00	0,00
La Aceitera Exportadora	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00	0	0,00	0,00
Salat, S.A.	0	0,00	0,00	1	100,00	0,00	0	0,00	0,00	1	0,00	0,00
Total Cataluña	7,243	-	10,33	35,575	-	28,75	31,197	-	31,20	74,015	-	25,19

CUADRO 9 (Continuación)

Nombre	EE.UU.			América Latina			Europa			Total general		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Oleivinicola C. España, S.A.	0	-	0,00	0	-	0,00	2,000	-	2,00	2,000	-	0,68
Colomer	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00
Salgado y Cía.	1.858	65,02	2,65	161	5,63	0,13	839	29,34	0,84	2.858	0,84	0,97
Cía. Exportadora Española	5.237	89,94	7,47	0	0,00	0,00	586	10,06	0,59	5.823	0,59	1,98
Total Madrid	7,096	-	10,12	161	-	0,13	1,424	-	1,42	8,681	-	2,95
Ballester y Cía.	323	18,33	0,46	51	2,91	0,04	1,390	78,77	1,39	1,764	1,39	0,60
Casanova, S.A.	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00	0	-	0,00
Total Valencia	323	-	0,46	51	-	0,04	1,390	-	1,39	1,784	-	0,60
TOTAL GENERAL	70,136	-	100,00	123,729	-	100,00	99,998	-	100,00	293,863	-	100,00

Fuente: Cuadro 8.

A: Exportación en toneladas, B: % sobre la exportación total de la empresa, C: % sobre el total de las exportaciones.

5. LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ACEITE DE OLIVA EN ANDALUCÍA

La cuestión en la que vamos a centrarnos a continuación gira en torno a cuáles fueron las empresas y quiénes los empresarios que, desde Andalucía, consiguieron esta progresiva evolución de la exportación del aceite de oliva. Sólo vamos a trazar unas suaves pinceladas sobre el perfil y las formas de organizar el negocio de unas empresas y empresarios, en su inmensa mayoría desconocidos⁵², que requieren un estudio más detallado.

La fuente fundamental es el Registro Mercantil de las ocho provincias andaluzas. Su información es clave pues, prácticamente, la totalidad de las empresas que venimos estudiando se organizaron bajo la forma de sociedad mercantil, en alguna de sus modalidades. Otras fuentes, como los *Anuarios Financieros*, podrían facilitarnos información al respecto, pero en este caso, no sólo perderíamos información sobre las empresas que adoptan formas diferentes a la de Sociedad Anónima, sino que, además, no tendríamos información de sus socios y de su evolución.

El primer hecho que llama la atención es el importante incremento en la constitución de empresas a partir de 1914. La Gran Guerra Europea debió influir, por causas de todos conocidas, en este auge. Asimismo, los años de tranquilidad y bonanza económica que experimentó el sector aceitero durante la dictadura de Primo de Rivera sería un factor a tener en cuenta. Sin embargo, la causa fundamental habría que buscarla en los avances experimentados en el refino⁵³. De las 26 empresas exportadoras radicadas en Andalucía, 15, es decir el 57,69 %, se constituyeron con posterioridad a 1914.

En segundo lugar, destaca su ubicación. No cabe duda que el fuerte incremento de la producción y calidad del aceite en Andalucía debió estar presente en este empresariado a la hora de tomar una decisión al respecto. Ahora bien, dentro de este marco general, sería la disponibilidad de vías de transporte, la posibilidad de llegar fácilmente a los mercados, lo que determinará, en última instancia, el lugar donde se establecen unas empresas, exportadoras y refinadoras, cuya actividad no está determinada por la proximidad de la materia prima. Ello explicaría que la provincia de Jaén, la mayor productora de aceite de oliva, sea la que menor número de empresas registre. Por el contrario, fueron los puertos de mayor tradición exportadora, Málaga y Sevilla, o núcleos olivareros importantes, pero bien comu-

52. De la mayor parte de estas empresas y empresarios andaluces carecemos de información. Los únicos estudios detallados de los que disponemos son los de Rafael Castejón (1977), sobre la casa Carbonell, los de Francisco Zambrana sobre esta misma casa, aunque, en esta ocasión centrados sobre los aspectos de propietarios de olivar (1987), pp. 163-197 y los de María Sierra para los Ybarra. Algunas referencias sobre la familia Pallares podemos encontrarlas en Romero, T. (1996), pp. 457-460.

53. Sobre los orígenes del proceso moderno del refino de los aceites de oliva, ver: Savastano, G. y Sericano, E. (1935), pp. 3-16.

nicados por el llamado «ferrocarril del aceite»⁵⁴, los que acogieron a estas empresas. En estos núcleos se establecieron las refinerías y los grandes depósitos a los que llegaban, vía ferrocarril o en otros medios muchos más precarios cuando aquel no existía, los aceites del interior andaluz⁵⁵.

En tercer lugar, las formas de organización y financiación. Al contrario que en el cultivo del olivar y fabricación del aceite, donde predominaba, por las débiles barreras de entrada, la empresa de carácter individual y de escasos recursos financieros, en el refino y exportación la asociación de capitales se hacía imprescindible⁵⁶. El refino, neutralización y desodorización, la elaboración, mediante mezclas, de un producto homogéneo, adaptado al gusto de los consumidores, el conocimiento de los mercados y un abastecimiento seguro de los mismos, requería disponer de un volumen importante de capital. Mientras el capital medio de las sociedades dedicadas a la fabricación de aceite se situaba en torno a las 179.613 Ptas.⁵⁷, la media de las sociedades dedicadas a la exportación y, en muchos casos, también el refino, era de 2.957.522 Ptas.

En cuarto lugar, el perfil del empresario. Al contrario de lo que ocurría en el sector del cultivo y la fabricación, en el refino y comercialización del aceite de oliva andaluz no sobresalían los propietarios de olivares, la burguesía agrícola⁵⁸. En el accionariado de estas empresas eran las profesiones relacionadas con el comercio y la industria las que predominaban (cuadro 10).

Es cierto que un porcentaje importante de los socios figuraban dentro de la categoría de «propietarios»; sin embargo, esta presencia debería matizarse al menos en un doble sentido. Por un lado, porque en las sociedades constituidas por socios «propietarios» y por socios «industriales» o «del comercio», el mayor esfuerzo financiero fue soportado por estos últimos. Asimismo, en muchos casos, eran los comerciantes e industriales, con frecuencia procedentes de regiones donde la burguesía industrial y comercial tiene una mayor implantación, los que toman la iniciativa; los «propietarios» se limitarían a apoyarla. Este es el caso de las citadas sociedades de: *Pallares Hermanos*, en sus diferentes formas jurídicas, *La Utrerana, S.A.*, *Maestroni, S.A.*, *Dulken, S.A.*, *Moro, S.A.* o *Espuny*, entre otras. Por otro, habría que tener en cuenta, a la hora de conocer la verdadera procedencia sociológica de estos empresarios, la fuerte presión que la estructura social andaluza ejercía sobre ellos. Es decir, el hecho de que en la Andalucía del primer ter-

54. Se trata del ferrocarril Linares-Puente Genil, que daba salida a los aceites de las comarcas jiennenses y cordobesas donde el olivar tenía mayor implantación. Enlazando con el ferrocarril de Córdoba a Málaga esta producción llegaba a su principal centro de exportación, el puerto de Málaga. Tedde, P. (1981), pp. 198-209. Sobre la importancia de la disponibilidad de vías de comunicación en la localización de las empresas andaluzas de este período, ver: Castejón; R. (1977), pp. 244.

55. Mathiesen, E. (1933).

56. Sólo 1, de las 26 empresas recogidas en el cuadro 10, *Fuentes e hijos*, no adopta la forma societaria.

57. Este capital medio se refiere sólo a las sociedades constituidas en la provincia de Jaén. Ver: Hernández, S. (1997), p. 513.

58. Para una caracterización del empresariado agrícola y aceitero, ver: Hernández, S. (1977), pp. 338-356.

CUADRO 10
CLASIFICACIÓN POR PROFESIONES Y ORIGEN GEOGRÁFICO
DE LOS SOCIOS DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE ACEITE DE OLIVA
EN ANDALUCÍA EN 1934

Profesión	Núm. socios	% sobre el total	Lugar de residencia	Núm. socios	% sobre el total
Propietario	13	8,78	Córdoba	11	7,43
Labrador	1	0,68	Jaén	24	16,22
Industrial	5	3,38	Málaga	16	10,81
Comercio	66	44,59	Sevilla	51	34,46
Banca	1	0,68	Total Andalucía	102	68,92
Abogado	4	2,70	Alameda	1	0,68
Ingeniero	3	2,03	Valencia	1	0,68
Militar	1	0,68	Alicante	2	1,35
Empleado	1	0,68	Madrid	7	4,73
Estudiante	3	2,03	Herencia	5	3,38
Sociedades	3	2,03	Barcelona	1	0,68
Sus labores	3	2,03	Tortosa	4	2,70
Menor	13	8,78	San Sebastián	2	1,35
No definida	31	20,95	Haro	9	6,08
Total	148	100,00	Extranjeros	3	2,03
			Otras regiones	35	23,65
			No definido	11	7,43
			Total	148	100,00

Fuente: *L'Oliviculture*, núm. 3, marzo de 1935, p. 37.

cio del siglo XX fuera la figura del «propietario» la que gozara de una mayor consideración, llevaría a muchos de estos socios a catalogarse como tales, situando en un lugar secundario los aspectos industriales y comerciales de su actividad empresarial⁵⁹. Este sería el caso de muchos de los «propietarios» que nos aparecen en el cuerpo social de las empresas exportadora andaluzas⁶⁰.

En cuanto al origen geográfico, presenta una problemática similar. Muchos de estos empresarios, a la hora de indicar su procedencia en las escrituras de constitución de la sociedad, harían referencia a su vecindad en ese momento y no a la original. Ahora bien, para calibrar el peso de otras regiones en el desarrollo de este sector

59. María Sierra apunta como en la Sevilla del siglo XIX las profesiones de comerciante e industrial eran consideradas con «con un cierto desprecio», consecuencia de una mentalidad en la que permanecen resistencias formales heredadas del Antiguo Régimen. Sierra, M^a (1992), p. 30.

60. Los miembros de sociedades como Carbonell, S.C.; Hijos de Ibarra, S.A.; Riva Hermanos, S.A.; Larios, S.A., entre otras, de conocido origen mercantil o industrial, se registran en las escrituras de constitución como «propietarios». En el caso mejor conocido, la familia Carbonell, Castejón pone de manifiesto como estos empresarios «no distraen sus esfuerzos en otros campos, como la agricultura, ya que en algunos momentos en que adquieren fincas, se sirven de las mismas para sus fines industriales...». Castejón, R. (1977), p. 242.

en Andalucía, no sólo hemos de tener en cuenta el número de empresarios, sino la importancia de su participación. En este sentido, el número de socios habría de ser matizado con el número de empresas en las que éstos tuvieron responsabilidad y la envergadura de las mismas. De ambas consideraciones se deduce que la incidencia de este tipo de empresariado fue muy elevada. En una primera fase, con anterioridad a 1914, familias como los Ybarra o Carbonell, estarían en el origen de las empresas más importantes del sector. Con posterioridad a 1914, otros empresarios, en este caso catalanes, contribuirían a explicar el auge de esta actividad.

6. CONCLUSIONES

De lo dicho hasta el momento se desprende que, en el primer tercio del siglo XX, el sector aceitero español consiguió avances muy significativos que le permitieron penetrar con fuerza en el mercado internacional. Para explicar estos logros hay que recurrir al incremento de la producción, a los precios competitivos y a la calidad alcanzada por los aceites españoles. Sin embargo, no debe perderse de vista el papel jugado por las empresas exportadoras, que pronto adoptaron modelos de organización modernos, que les posibilitaron una mejor capitalización y, en casos como el noruego, el desarrollo de una eficaz política comercial.

Esta actividad exportadora estuvo controlada, mayoritariamente, por un empresariado de origen catalán. A medida que nuevos mercados se fueron abriendo, fundamentalmente en el continente americano, y que el aceite de la gran región productora, Andalucía, alcanzó niveles aceptables de calidad, muchos de estos empresarios trasladaron su actividad a esta región, estableciendo vínculos societarios con propietarios, fabricantes de aceite, comerciantes, industrias, etc. de la propia Andalucía y de otras regiones de España. Lo que en un principio fueron sólo sucursales de empresas matrices localizadas en Barcelona, Tortosa o Reus, en poco tiempo se convirtieron en establecimientos importantes, situados en los puertos y núcleos urbanos bien comunicados de la región andaluza. Estas empresas canalizaban más del 70 % de la exportación de aceite de oliva llevada a cabo por empresas españolas, a mediados de los años treinta.

En el caso de Andalucía, el empresariado de esta actividad exportadora presentó un perfil, tanto por su origen geográfico como por el sociológico, substancialmente distinto a los del sector del cultivo y la fabricación del aceite. No fueron los grandes propietarios, a partir de empresas familiares, ni los medianos, a partir de sociedades tipo cooperativa, los que lideraron el sector del refinado y la comercialización propiciando, de este modo, en un proceso de integración vertical del sector aceitero⁶¹. Por su parte, los empresarios con origen en el comercio o en la actividad

61. Que conozcamos, sólo a comienzos de los años treinta, en plena crisis del sector aceitero, se plantearon los productores de aceite de oliva introducirse en la comercialización. La empresa que se creó para tal objetivo, la

industrial que caracterizaban la exportación, muchos de ellos procedentes de otras regiones españolas y de otros países europeos, tampoco penetraron, de forma significativa, en el cultivo del olivar y la fabricación del aceite⁶². El resultado es que, al menos durante el primer tercio del siglo XX, una nítida frontera separaba ambos subsectores.

Independientemente del empresariado, en el proceso de expansión de las exportaciones españolas de aceite de oliva se puede apreciar una clara visión regional. A la vez que los aceites catalanes pierden cuota de mercado a favor de los andaluces, se registra una especialización de éstos en aceites de calidad, en gran medida destinados a encabezar las mezclas realizadas por los exportadores franceses e italianos. Por el contrario, la exportación andaluza, pese a la mejora de la calidad, tiene su mayor activo en la gran producción, que no deja de incrementarse.

BIBLIOGRAFÍA

- ABREU FERNÁNDEZ, F. (1983), *La formación de capital en la ría de Vigo, 1880-1940. El sector naval y la industria conservera*. Tesis doctoral, Universidad de Santiago.
- (1998), «El caso del asentamiento de la fábrica de conservas de pescado de la empresa Masso en las dos últimas décadas del siglo pasado», en *I Encuentro de Economía Aplicada*, Barcelona, junio de 1998.
- BARRÓN GARCÍA, J.I. (1992), *La economía de Cantabria en la etapa de la Restauración, 1875-1908*. Santander.
- CARMONA BADIA, X. (1983), *Producción textil rural e actividades marítimo-pesqueiras na Galiza, 1750-1905*, Tesis doctoral, Universidad de Santiago.
- (1985), «La industria conservera gallega. 1840-1905», en *Papeles de Economía Española*, pp. 177-191.
- (1990), «Crisis y transformación de la base industrial gallega, 1850-1936», en NADAL, J. y CATALÁN, J., *Pautas regionales de la industrialización española (siglos XIX y XX)*. Barcelona, pp. 35-39.
- (1994), «Recursos, organización y tecnología en el crecimiento de la industria española de conservas de pescado, 1900-1936», en NADAL, J. y CATALÁN, J. (eds.), *La cara oculta de la industrialización española. La modernización de los sectores no líderes (siglo XIX y XX)*, Madrid, pp. 127-162.
- CASTEJÓN MONTIJANO, R. (1977), *Génesis y desarrollo de una sociedad mercantil e industrial en Andalucía: La casa Carbonell de Córdoba (1866-1918)*, Córdoba.
- CASTEJÓN MONTIJANO, R. y otros (1980), «Empresas y empresarios andaluces en el siglo XIX: una primera aproximación», en *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, núm. 6, pp. 225-256.

«Cooperativa Nacional de Productores de Aceite de Oliva Puro», pese a contar con el apoyo de las más importantes asociaciones de olivareros, acabó fracasando. Ver Hernández, S. (1999b).

62. Para Castejón la falta de integración de los procesos industriales y comerciales sería un factor importante a la hora de explicar parte de los fracasos empresariales en Andalucía Castejón, R. (1977), p. 242. Este proceso sí se produjo en otros subsectores de la industria agroalimentaria andaluza, caso de los vinos de Jerez. Ver Maldonado, J. (1999).

- DECROIX, J.L. (1964), *Le développement de l'industrie française de la conserve*, París.
- D'AVIGNEU (1958), *L'industrie des conserves de poisson en France metropolitaine*, Rennes.
- EICHENGREEN, G., IRWIN, D. (1996), «The Role of History in Biateral Trade Flows», en *NBER, Working Paper*, núm. 5.565.
- F.E.A.O.E. (Federación Exportadores Aceite de Oliva de España). Sus fondos documentales está depositados en la Biblioteca de la Facultad de CC.EE. y EE. de la Universidad de Málaga.
- GAYA, M. (1930), «El aceite de oliva en Cataluña», en *La industria aceitera*, núm. 29, p. 11.
- HANN, W.S. (1948), «Observations on Fishprocessing in Norway», en *Canner*. Citado en *Industria conservera*, marzo de 1949, pp. 16-17.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S. (1997), *El crecimiento económico en una región atrasada Jaén, 1850-1936*. Tesis doctoral. Universidad de Granada.
- (1999a), «Viaje a la industria aceitera. La visita del noruego E. Mathiesen a las regiones aceiteras españolas en 1933», en *Revista de Estudios Regionales*, en prensa.
- (1999b), «La búsqueda de la comercialización en el sector aceitero jiennense: la Cooperativa Nacional de Productores de Aceite de Oliva Puro», en *I Congreso de Cooperativismo Español*, Osuna, 1999.
- HILDEBRAND, K.G. (1981), «Los rasgos característicos de la industrialización de los países escandinavos y de Finlandia en el siglo XIX», en *La industrialización europea. Estudios : tipos*, Barcelona.
- HODNE, F. (1975), *An Economic History of Norway, 1815-1970*, Oslo.
- GOULD, D.M. (1994), «Inmigran Links to the Home Country: Empirical Implications for U.S Bilateral Trade Flows», en *Review of Economics and Statistics*, núm. 76, pp. 302-316.
- INDUSTRIA CONSERVERA (1947), «Las conservas de pescado en Noruega», octubre-noviembre de 1947, p. 10.
- JACOBSEN, N. (1953), «Situación de la economía noruega durante 1952», en *Boletín Mensual de la Cámara de Comercio Hispano-Noruega*, núm. 3, pp. 5-9.
- JIMÉNEZ BLANCO, J.I. (1986), *La producción agraria en Andalucía Oriental, 1874-1914*. Madrid.
- LINDEMANN, H. (1996), *An Econometric Study of International Trade Flows*. Amsterdam.
- LUNDE, G. (1933), «Om olivenolje. V. Om påvisning av raffinert olivenolje og sulfurolje ved fluorescensmålinger», en *Tidsskrift for hermetikindustri*, abril, 1933.
- LUNDE, G., MATHIESEN, (1932), «II. Undersøkelse av importet olivenolje av hosten 1929-30 og 1930-31», en *Tidsskrift for hermetikindustri*, marzo de 1933.
- LUNDE, G., MATHIESEN, E., MIKKELSEN, E. (1933), «Om olivenolje. VI. Undersøkelse av importert olivenolje av hosten 1932-33», en *Tidsskrift for hermetikindustri*, diciembre, 1933.
- MALDONADO, J. (1999a), «El sector vinícola en Andalucía», en *Andalucía a debate. Terceras Jornadas «Industrialización y desindustrialización de Andalucía. Una revisión historiográfica»*, Granada, junio de 1999.
- (1999), «La industria vinícola, sus derivados y auxiliares en Andalucía (siglos XVIII-XIX)» en *La industrialización andaluza. Un balance historiográfico de veinticinco años de investigación. Seminario en homenaje a Jordi Nadal*. Almería.
- MATHIESEN, E. (1932), «I. Utvinning og undersøkelsesmetoder», en *Tidsskrift for hermetikindustri*, marzo de 1932.
- (1933), «Studier over olivenolje på produksjonsstedene i Spania og Frankrike», en *Tidsskrift for Hermetikindustri*, febrero de 1933, pp. 51-58.
- MILWARD, A. y SAUL, S.B. (1979), *El desarrollo económico de la Europa continental*. Madrid.

- NADAL, J. (1987), «La industria fabril española en 1900. Una aproximación», en NADAL, J., CARRERAS, A. y SUDRIA, C. *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica*, Barcelona, pp. 23-61.
- OLIVICULTORE, L.: *RIVISTA OLERIA ITALIANA* (1929), Roma, Società Nazionale degli Olicoltori.
- PAREJO, A. y ZAMBRANA, Fco. (1994), «La modernización de la industria del aceite en España en los siglos XIX y XX», en NADAL, J. y CATALÁN, J., *La cara oculta de la industrialización española*, Madrid, pp. 13-42.
- PEREIRA, E. (1943), «La evolución de una gran industria», en *Industria conservera*, agosto de 1943, pp. 8-9.
- POLLARD, S. (1991), *La conquista pacífica. La industrialización de Europa (1760-1970)*, Zaragoza.
- RAMÓN MUÑOZ, R. (1997), «La industria aceitera española y los mercados exteriores: un análisis comparativo, 1852-1913», en *Actas del II Encuentro de Historia Económica*, Valencia.
- (1998), «Estructura empresarial, empreses i canvi tècni en la indústria de l' oli d'oliva de les comarques de Lleida, 1890-1936. Inédito.
- (1999), «Patterns of Specialisation in the International Market for Olive Oil before World War II: Evidence and Hypotheses», en WILLIAMSON, J. y PAMUK, S. (eds.), *Economic Change in the Mediterranean before 1950*, Londres.
- RIOS, S. (1999), «La industria conservera de Ayamonte: desde sus orígenes hasta la II República», en *La industrialización andaluza. Un balance historiográfico de veinticinco años de investigación. Seminario en homenaje a Jordi Nadal*. Almería.
- ROMERO ATELA, T. (1996), «Los empresarios catalanes en Córdoba, 1800-1914», en *Els catalans a Espanya, 1760-1914*, Barcelona, 1996.
- SAVASTANO, G. y SERINACO, E. (1935), «Di alcuni processi moderni di raffinazione», en *L'Olivicoltore*, núm. 8, agosto de 1935, pp. 3-16.
- SENNER, P. (1943), «La industria de conservas en Noruega», en *Industria conservera*, octubre de 1943, pp. 4-5.
- SIERRA, M^a. (1992), *La familia Ybarra, empresarios y políticos*. Sevilla.
- SIMPSON, J. (1997), *La agricultura española (1765-1965): la larga siesta*. Madrid.
- ZAMBRANA, Fco. (1984), «El aceite de oliva y su dependencia del mercado internacional de las grasas vegetales. Un análisis histórico, 1861-1935», en *Agricultura y Sociedad*, Núm. 33.
- (1987), *Crisis y modernización del olivar español*. Madrid.
- (1999), «La industria del aceite de oliva en Andalucía durante el primer franquismo», en *La industrialización andaluza. Un balance historiográfico de veinticinco años de investigación. Seminario en homenaje a Jordi Nadal*. Almería.