

IV. Textos

Extranjeros en la exportación andaluza, 1900-1936: la empresa italiana de exportación de aceite de oliva “Establecimientos Moro S.A.”

Salvador Hernández Armenteros
Universidad de Granada

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años hemos avanzado significativamente en el conocimiento de la actividad empresarial en el complejo agroalimentario, singularmente en el aceitero. A los primeros trabajos de Rafael Castejón sobre la casa Carbonell¹, de María Sierra sobre los Ibarra², o de Teresa Romero sobre los Pallares³, se han sumado los llevados a cabo por Ramón Muñoz⁴, por mi mismo⁵, y por el grupo formado por Manuel Martín, Josean Garrues y Salvador Hernández⁶ sobre la actividad empresarial, en este caso tomando al sector en su conjunto. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer. Es necesario hacer un esfuerzo y recuperar la investigación sobre las empresas concretas, al menos por las más destacadas del sector.

En esta línea se puede ubicar el documento que aquí se publica. Su autor sintetiza, a grandes rasgos, la trayectoria de una de las empresas más importantes, reflejando, al mismo tiempo, los problemas más significativos de la actividad exportadora en una coyuntura marcada por las dificultades en el comercio internacional.

2. LA PUGNA POR EL MERCADO EXTERIOR: LOS AVANCES DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX.

Las décadas finales del siglo XIX fueron testigo de los profundos cambios introducidos en el mercado internacional del aceite de oliva. La pérdida de los

1. Castejón, R. (1977).
2. Sierra, M. (1992).
3. Romero, T. (1996).
4. Ramón, R. (2000).
5. Hernández Armenteros, S. (2001).
6. Hernández Armenteros, S., Martín Rodríguez, M. Y Garrues Irurzun, J. (2003).

mercados europeos tradicionales, vinculados al uso industrial de este producto⁷, y la apertura de otros nuevos ligados al consumo de boca y ubicados, fundamentalmente, en el continente americano, abrió una nueva carrera entre los principales países productores. Apoyados en procedimientos más cuidadosos en las diferentes fases del proceso productivo, y en la fuerte emigración italiana al nuevo continente, franceses y, sobre todo, italianos, lograron ocupar y consolidar las primeras posiciones⁸. En las regiones italianas de la Toscana y la Liguria desarrollaron una potente industria exportadora que, ante la insuficiencia de la producción interna, pronto se vio obligada a recurrir a la importación de aceite de otros países para mantener su ritmo expansivo⁹.

En este nuevo marco el sector aceitero español tardará más en reaccionar, lastrado por un menor cuidado de su producto y por una menor presencia en el comercio internacional. En la configuración de su actividad exportadora estarán presentes fundamentalmente dos elementos: por un lado, la búsqueda de nuevos mercados donde vender aceites de calidad, en gran medida comercializados bajo marca y con presentación cuidada; por otro, la demanda de los países intermediarios, fundamentalmente de la industria aceitera italiana¹⁰.

2.1. La búsqueda de nuevos mercados.

En España, la exportación de aceite de oliva de calidad, bien para el consumo de boca¹¹, bien para encabezar algunas mezclas por parte de franceses e italianos¹², se inició en Cataluña en el último tercio del siglo XIX, donde el proceso de modernización del olivar y la fabricación del aceite se había adelantado al resto

7. Sobre las consecuencias de las Crisis Agraria Finisecular en el sector aceitero español ver: Garrabou, R. (ed) (1988); Zambrana. Fco. (1987); GEHR (1988).
8. En relación al mejor posicionamiento de franceses e italianos podemos consultar los trabajos de Ramón, R. (2000) y (2003); Zambrana, Fco. (1987).
9. Ramón Muñoz, R. (2003), pp. 507-509.
10. Italia fue el más importante de los llamados "países intermediarios", que compran aceite español a granel bien para reexportarlo, tras manipulaciones de mayor o menor entidad, o para colocarlo en su mercado interior sin especificar el origen. Formarían este grupo Italia, Francia y Portugal, a los que se unirían posteriormente algunos países americanos, como los EE.UU. y Argentina, que desarrollaron importantes industrias nacionales relacionadas con el aceite de oliva. Hernández Armenteros, S. (2201).
11. En un informe emitido en 1930 por la Oficina Comercial de España en Londres se indica que en Inglaterra el aceite de oliva español para usos alimenticios procede de Tortosa y del Bajo Aragón: *"Las clases selectas del país, que son sin disputa, las mejores consumidoras de aceite de oliva, lo que desean es el aceite puro, virgen, de la primera presión, y de regiones donde, naturalmente, sea más ligero y más refinado. Al decir refinado nos referimos a un refinamiento natural, no al manipulado"*. Recogido por la Federación Exportadores de Aceite de Oliva de España (a partir de ahora: FEAOE, (1930), Informe núm. 1399).
12. Sobre la preferencia de los industriales franceses por los aceites catalanes de calidad ver: FEAOE (1930); Gaya, M. (1930), p. 11; Mathiesen E. (1933), p. 54..

de las regiones aceiteras¹³. Sin embargo, el gran avance se produjo en la segunda década del siglo XX, singularmente a partir de la I Guerra Mundial, y a un ritmo que no tardó en poner en entredicho el liderazgo italiano (Ver cuadro 1). Al final del periodo que estamos considerando los aceites españoles ocupaban los primeros puestos en la mayoría de los países consumidores. Varios son los factores que explican esta progresión:

En primer lugar, la coyuntura provocada por la Gran Guerra Europea. El conflicto involucró y dejó fuera de juego a los grandes exportadores de aceite de oliva en ese momento: Francia e Italia. La exportación española vivió unos años excepcionales como consecuencia del desabastecimiento del mercado internacional. No obstante la vuelta a la paz supuso una rápida recuperación de la posición italiana¹⁴

En segundo lugar, la mejora de la calidad del aceite español. Para estas fechas no sólo los aceites catalanes habían alcanzado unos niveles de calidad superiores, en muchos casos, a los mejores aceites franceses o italianos, sino que las innovaciones introducidas en la gran región productora, Andalucía¹⁵, habían colocado a sus caldos en disposición de acceder a los mercados más exigentes, sobre todo a partir de los avances experimentados en el proceso del refino¹⁶.

En tercer lugar, los precios. Si bien en los años anteriores a la gran expansión del aceite español los precios más competitivos correspondieron a los aceites italianos, a partir de 1890, con la depreciación de la moneda española, la cotización del aceite español se situó por debajo de los aceites italianos y franceses¹⁷. La ventaja definitiva vino con la consolidación y expansión, tras la crisis agraria finisecular, del olivar en España y su retroceso en Francia e Italia¹⁸ (Ver cuadro 2).

En cuarto lugar, la eficiencia de los empresarios exportadores españoles. Pese a que franceses e italianos se habían situado mucho antes en los principales mercados, y pese a que tanto unos como otros dispusieron de un marco institucional más favorable¹⁹, los exportadores españoles supieron aprovechar las ventajas que les

13. Ramón, R. (1998).
14. Sobre las consecuencias de la Gran Guerra Europea en las exportaciones españolas de aceite de oliva, ver: Zambrana, Fco. (1987), pp. 305-306; Hernández Armenteros, S. (1999a), pp. 247-253; Simpson, J. (1997), p. 287.
15. Sobre los cambios en el sector aceitero andaluz ver: Zambrana, Fco. (1987), (2000); GEHR (1988); Hernández Armenteros, S. (1999a).
16. Sobre los orígenes del proceso moderno del refino de los aceites de oliva, ver: Savastano, G. Y Sericano, E. (1935), pp. 3-16. Una comparación entre la calidad de los aceites andaluces, catalanes, italianos y de otras procedencias la podemos encontrar en: Hernández Armenteros, S. (2001), pp. 395.
17. Sobre los precios en este periodo ver: Zambrana, Fco. (1987), pp. 19-240.
18. Sobre la evolución del olivar en España: Zambrana, Fco. (1987). Sobre la evolución en otros países de la cuenca mediterránea: Ramón, R. (1999), pp. 168-182.
19. Sobre la política comercial de Italia respecto a la importación de aceite, ver Ramón, R. (2003), pp. 506-507; Sobre la creación de depósitos francos en Italia y España, ver: Hernández Armenteros, S., Martín Rodríguez, M y Garrús Irurzun, J. (2003), pp. 196-198.

daba el mayor potencial productivo español y los menores costes de producción, junto a un considerable esfuerzo inversor en el campo del refino y en la elaboración de mezclas, para lograr una continuada penetración en los diferentes mercados²⁰.

2.2. Las necesidades italianas: un elemento clave en la exportación española.

El fuerte desarrollo de la exportación italiana de aceite de oliva, determinó, ya en el último tercio del siglo XIX, un creciente desequilibrio entre la demanda de los exportadores y la producción propia que, lejos de incrementarse, se vio sumida en una prolongada crisis caracterizada por la disminución de los rendimientos físicos del olivar y el incremento de los costes salariales²¹. En vísperas de la I Guerra Mundial la posición del aceite italiano en el mercado exterior era de clara desventaja con respecto a otros productores. En estas condiciones el recurso por parte de los industriales exportadores italianos a aceites de otras procedencias continuó en ascenso; España constituyó su principal abastecedor.

El peso de la demanda italiana sobre la exportación española se mantuvo muy elevado a lo largo del primer tercio del siglo XX, en torno al 25% del total exportado (Ver cuadro 1). Las vías por las que estos aceites llegaban a Italia y el hecho de que los italianos lo comercializaran sin reconocer la procedencia española, constituyeron desde el principio importantes elementos de discordia entre los diferentes agentes que intervenían en el sector aceitero español:

En primer lugar, los que se mostraban contrarios a la exportación de aceite de oliva a granel, básicamente a los países intermediarios. Los sectores que compartían esta postura no siempre defendían los mismo intereses. Por un lado, se manifestaba contrario a la venta a granel el sector empresarial que había hecho una apuesta más clara por la exportación bajo marca, alegando la competencia desleal que sufrían en los mercados internacionales por aceites de origen español que, tras algunas modificaciones, eran comercializados como franceses o italianos²². Por otro, compartían esta postura un sector importante de los olivereros y fabricantes de aceite de oliva, secularmente enfrentado a los exportadores españoles, que veían la venta

20. Sobre la estrategia del empresariado español en el caso concreto del mercado noruego, ver: Hernández Armenteros, S. (2001), pp. 397-399.

21. Ramón Muñoz, R. (2003), pp. 520-527.

22. Desde la FEAOE se reclamará, con insistencia, del gobierno la adopción de medidas que obligaran a los productores de aceite de oliva a canalizar sus ventas a través de las empresas exportadoras españolas y no, como en gran medida ocurría, a través de intermediarios a empresas italianas y francesas. Sobre las difíciles relaciones entre exportadores y productores españoles, ver: Zambrana, Fco. (1987), pp. 230-234; Hernández Armenteros, S. (1999b).

a granel como el síntoma de la incapacidad del sector productor para hacerse con el valor añadido que implicaba la comercialización²³.

En segundo lugar, los que consideraban que la exportación a granel a los industriales italianos era un mal menor, en todo caso necesario, dada la gran producción de aceite en España. Compartirían esta posición un importante número de empresas exportadoras que tenían en Italia su principal mercado²⁴. En el mismo lado se situaba un sector importante de los productores de aceite de oliva, que no diferenciaban a los exportadores españoles de los italianos, todos eran acusados de considerar exclusivamente sus intereses. Para estos últimos, garantizar la libertad a la hora de vender era un factor clave en la consecución de mejores precios para sus aceites.

3. LA SOCIEDAD ANÓNIMA “ESTABLECIMIENTOS MORO”. UN EJEMPLO DEL POSICIONAMIENTO ITALIANO EN EL SECTOR ACEITERO ESPAÑOL.

El texto es una carta personal de Tomas Moro Pareto, consejero delegado de la empresa exportadora “Establecimientos Moro, S.A.”, a José Blanco Rodríguez, diputado por la circunscripción electoral jiennense en representación del *Bloque Republicano-Agrario*, ganadores de las elecciones de noviembre de 1933 y, en ese momento, detentando el gobierno de la nación²⁵. En la carta se recogen no sólo unos apuntes de gran interés sobre la historia de esta empresa, sino los problemas de mayor relieve que habrían caracterizado al sector aceitero español en los últimos treinta años de expansión, así como las circunstancias singulares que estaba atravesando como consecuencia de la crisis internacional de los años treinta y las incertidumbres creadas en el sector empresarial por la evolución del régimen republicano. En esta contextualización sólo vamos a referirnos al perfil de la empresa²⁶.

23. Este sector anhelaba la constitución de una sociedad que, partiendo de los productores, pudiera controlar la comercialización. En palabras de uno de sus grandes valedores, Jesús Canovas del Castillo: *“los olivareos se preocupan tan sólo de producir lo más posible, y esto, que es capital, no es el único punto importante de la industria olivarera, que no sólo es producción, sino venta también”*. Su mayor logro en esta dirección fue la creación de la Cooperativa Nacional de Productores de Aceite de Oliva. Ver Hernández Armenteros, S. (1999b).
24. Este sería el caso de la empresa que nos ocupa. Pues a pesar de apostar por la comercialización bajo marca, seguía teniendo como una parte fundamental de su negocio la exportación de aceite a granel a la industria italiana, francesa, de los EE.UU. o de Argentina, por citar los más importantes.
25. En 1935 José Blanco Rodríguez ocupaba el cargo de Director General de Comercio y Política Arancelaria, de ahí el interés de Tomas Moro por explicar la situación de su empresa.
26. La carta de Tomas Moro es una respuesta a los ataques del diputado jiennense, en un enfrentamiento que formaría parte de la lucha entre exportadores y fabricantes de aceite por incrementar su cuota en el comercio exterior. El estudio de estas tortuosas relaciones requiere un análisis específico, sobre todo si nos centramos en la crisis del comercio internacional que caracteriza los años treinta.

El crecimiento de la exportación italiana y las dificultades para asegurarse el abastecimiento de aceite llevaría a esta empresa familiar toscana a poner sus ojos en el país en el que el sector aceitero estaba experimentando una mayor expansión. Por los datos que nos ofrece el texto, el convencimiento de que España era el futuro del negocio aceitero estaba claramente delimitado en las expectativas de estos empresarios. Sus contactos con la producción española les mantenían bien informados²⁷. A este objeto respondería la decisión de establecerse, en 1913, en Barcelona, puerto de salida de los mejores aceites españoles, utilizados por franceses e italianos para encabezar su mezclas.

La evolución la empresa en España siguió una trayectoria claramente ascendente. Tras unos primeros años en los que, a consecuencia de la implicación de Italia en la Gran Guerra Europea, tuvo que paralizar sus actividades industriales y dejar en suspenso sus proyectos, en 1919 recuperó la iniciativa estableciéndose definitivamente en Barcelona bajo la razón social de “Moro Hermanos, Sociedad Regular Colectiva”. La estructura de la nueva sociedad evidencia que su finalidad era: por un lado, reducir costes de transacción eliminando intermediarios en las operaciones de compra²⁸; por otro, asegurarse el abastecimiento de aceites apropiados con los que poder garantizar la elaboración de sus marcas en Italia. A este objeto situó la sede social en la ciudad Barcelona, en la calle Vía Cayetana, número 21²⁹. Este sería, por ahora, el centro de operaciones de la empresa. Sin embargo, su interés estaba en garantizarse el abastecimiento de aceites de calidad. Los mejores y más reconocidos se encontraban en la comarca de Borjas Blancas, obtenidos de la variedad “*arbequina*”, de unas características organolépticas singulares que, junto a un atento cultivo y un esmerado tratamiento en las fábricas, conseguían los aceites más cotizados para las mezclas. En Borjas Blancas estableció los almacenes de la empresa. La infraestructura se completaba con depósitos en la localidad de Cornellá del Llobregat, donde sería embarcado el aceite con destino a Italia.

En los años veinte, los problemas de la industria aceitera italiana y, sobre todo, la expansión que estaba experimentando el sector en España, llevó a esta sociedad

27. En los primeros años del siglo XX las compras italianas en España experimentaron un fuerte crecimiento, convirtiéndose en el primer importador de aceite español a gran diferencia del resto de los mercados. Hernández Armenteros, S. (2001) p. 391.
28. La compra de aceite en España por parte de los llamados “países intermediarios” se apoyaba en una tupida red de intermediarios, de corredores, que, localizados en los principales centros de producción, eran los que negociaban el tipo, la cantidad, y el precio; además se encargaban de gestionar el transporte hasta el punto de embarque. Según nos indica Tomas Moro, en el caso de Antequera, el coste de esta intermediación ascendería cinco reales por arroba, que correrían a cargo de los cosecheros.
29. La sociedad “Moro Hermanos, RC”, se constituyó en Barcelona el 27 de noviembre de 1919. Registro Mercantil de Málaga, Tomo 35, folio 11.

a ampliar y diversificar sus actividades en nuestro país. En esta ampliación sus miras ya no se pusieron en Cataluña, sino que, al igual que habían hecho otros muchos empresarios catalanes y de otras regiones de España, se situaron en Andalucía, región en la que, gracias a una profunda transformación del olivar, de la recolección y sobre todo de la fabricación, se había dado un paso de gigante en la consecución de aceites de calidad³⁰; la nota definitiva la puso la extensión, a partir de 1914, de la industria del refino³¹.

La nueva localización y punto de expansión de la sociedad fue la ciudad de Málaga. En los años treinta su puerto era, junto al de Sevilla, el principal punto de salida del aceite español³², sobre todo de las grandes comarca olivereras de Jaén, Córdoba y Granada. En ella, gracias a la dotación de vías de comunicación y a la existencia de una importante tradición mercantil, se habían instalado numerosas refinerías, ligadas a las grandes empresas exportadoras³³. En 1926 trasladó su sede social a esta ciudad, mientras que la casa de Barcelona quedó convertida en sucursal. La sociedad se transformó de colectiva en anónima por escritura fechada el 30 de julio de 1926, con el nombre de “Establecimientos Moro, S.A”.

En los años sucesivos, al cambio de forma y de domicilio, le siguieron transformaciones de envergadura. El abastecimiento de aceites a la casa madre en Italia fue complementado con la decisión de convertir España, fundamentalmente a Andalucía, en su nuevo centro de expansión. La estrategia de la empresa “Establecimientos Moro, SA” buscó abarcar los diferentes campos del negocio, si exceptuamos la propiedad y el cultivo del olivar, y los primeros pasos en la producción de aceite. La configuración de su estructura, de su capital societario y las relaciones que establece con los diferentes mercados nos dan idea de la dimensión de los cambios:

En cuanto al abastecimiento de materia prima, la sociedad siguió manteniendo sus instalaciones en Cataluña, tanto la sede de Barcelona, como los almacenes de

30. Sobre el avance de la industria aceitera andaluza y la presencia de empresarios de diferentes regiones y países en ella, ver: Hernández Armenteros, S. (2001).
31. A partir de 1914 la industria del refino experimentó un fuerte crecimiento, con el establecimiento de refinerías en las comarcas de mayor producción o en las que se centralizaba el comercio. En 1936 Cataluña concentraba 31,29%, Andalucía el 62,51%, el resto se repartía entre Aragón, Asturias, Baleares, Castilla-La Mancha y el País Vasco; FEAOE, (23/6/1936) Informe núm. 2.750.
32. Hernández Armenteros, S. (1999), pp. 302-303. En 1935 la aduana de Málaga registró la salida de un total de 23.718.635 kilogramos de aceite de oliva; muy cerca de la aduana de Sevilla que, en ese año, fue la que registró un mayor volumen de exportación, con 26.503.487 kilogramos. Lejos de estos dos puertos se situaban el de Barcelona, con 7.497.909 kilogramos y el de Tarragona, con 7.184.465 kilogramos. El resto de las aduanas españolas tenían poco significado en relación a estas cuatro. FEAOE, Estado resumen de la exportación de aceite de oliva en el año 1935. Tomo I.
33. En 1936 existían en Andalucía un total de 40 refinerías de aceite y 19 de orujo. En Málaga se localizaban 11 de las primeras y 7 de las segundas. La refinería de “Establecimientos Moro, SA”, la de mayor capacidad, junto a la de “Carbonell, SA”, 70.000 Kilogramos a las 24 horas. FEAOE, (23/6/1936) Informe núm. 2.750.

Borjas Blancas y los depósitos de Cornellá. A ellos se unieron las nuevas instalaciones y redes de contactos que establece en Andalucía y que fueron los encargados de satisfacer la mayor parte de su demanda. Las comarcas de procedencia de los aceites, son, en un principio, las que estaban bien comunicadas y producían aceites de reconocida calidad –Antequera y Priego- desarrollando, como recoge el texto, activas estrategias comerciales de fidelización de los proveedores (prestamos a bajo interés, adelantos a cuenta de cosecha, reducción de los costes de transacción, entre otros). A lo largo de los años treinta su red de captación de proveedores se extendió a las principales zonas productoras de Andalucía -Estepa, Puente Genil, Antequera, Lucena, Loja, Priego, Sevilla y Jaén, entre los más destacados-. Las instalaciones las situaron, primero en calle Angeles Molina, posteriormente, ante el crecimiento de su actividad, traslada sus principales instalaciones- almacenes, envasado, refinerías de aceite de oliva y de orujo- a la finca que adquirió a tal efecto en el barrio del Perchel³⁴

Por lo que respecta al capital y a al cuerpo social, hay que resaltar que en el periodo de referencia la expansión se llevó a cabo dentro de un modelo familiar de empresa. Aún cuando se transforma en sociedad anónima la practica totalidad del accionariado estaba compuesto por miembros de la familia Moro Pareto, los hermanos Tomas, Pío, Mauricio, Juan Bautista, José, Ernesto y Domingo, a los que se unieron tres socios más con una participación simbólica, 1 acción de 1.000 pesetas: Fernando Subiri Macias y Joaquín Bedos Roig, ligados a la actividad de la sociedad en Barcelona, que trabajan en ella y que formaron parte del consejo de administración de la sociedad a lo largo de todo el período estudiado, y Rafael Picasso Sierra, contacto de la empresa con la actividad exportadora en su nueva ubicación³⁵.

El capital social de “Establecimientos Moro SA” evolucionó en función de su expansión en España. El texto ya nos informa del esfuerzo inversor realizado por esta empresa familiar hasta llegar a convertirse en el quinto exportador español, muy cerca de los grandes –Carbonell, SA; Minerva, S.A.; Hijos de Ybarra, S.A. y Longo-

34. Esta finca, de 8.400 metros cuadrados, conocida con el nombre de “Huerta de los Cristos”, la adquirió el 30 de agosto de 1928 a la sociedad francesa “Societe Generale des virages francais” por un precio de 84.000 pesetas. Registro Mercantil de Málaga, Hoja 1.408, movimiento núm 27, tomo 55, folio 169.
35. Rafael Picasso Sierra estaba ligado a la actividad exportadora desde tiempo atrás. En 1918 constituyó la sociedad familiar “Picasso y compañía, SC”, dedicada a la “consignación de buques, operaciones de aduanas, embarques, desembarques, comisiones, tránsitos...”. En 1931 lo volvemos a encontrar constituyendo, junto a empresarios de origen holandés, la sociedad anónima “Oliverera Peninsular”, dedicada a la exportación de aceite de oliva y de orujo, llamada a constituirse en una de las primeras exportadoras andaluzas en los años treinta. Registro Mercantil de Málaga, Hoja 1.500. Sobre su posición en la relación de exportadores andaluces ver: Hernández Armenteros, S. (2001), p. 405.

ria, S.C³⁶-. Su andadura en Andalucía la inició con un capital social de 1.400.000 pesetas, totalmente desembolsado, y distribuido entre los siete hermanos Moro Pareto a razón de 143 acciones de 1.000 pesetas, a las que se suman tres acciones para los socios no familiares que hemos indicado. En diciembre de 1932 la diversificación de su actividad con la introducción del refino le llevó a realizar una nueva ampliación, en este caso de 3 millones de pesetas, mediante la creación de 150 acciones de 1.000 pesetas y 114 acciones de un valor nominal de 25.000 pesetas cada una. Como en la anterior ocasión la ampliación fue cubierta, prácticamente en su totalidad, por los miembros de la familia Moro Pereto. También suscribieron acciones, en este caso por un valor algo superior, los socios catalanes Joaquín Bedós y Roig, Pedro Gorchs Farré y Francisco Riembau Rovira³⁷

En relación a los mercados, en la carta de Tomas Moro al diputado José Blanco Rodríguez se indica la estrategia de la empresa por diversificarlos. Resalta como un logro singular la penetración en el mercado español, fundamentalmente en Cataluña y en la regiones del norte de España, colocando su producto diferenciado entre los vendedores al detalle. Sin embargo, poco más conocemos en estos momentos sobre los progresos de la sociedad "Establecimientos Moro" en el mercado nacional. A la altura de 1935 sus principales mercados seguirían estando en el exterior. Entre enero de 1930 y julio de 1935 logró exportar un total de 19.590 Tms., ocupando el quinto lugar entre las empresas exportadoras españolas. No obstante los datos desmienten, o al menos matizan de forma importante, la idea de diversificación de mercados y la prioridad por los aceites envasados y bajo marca que pretende transmitir Tomas Moro. La información que nos facilita de FEAOE³⁸ ponen de manifiesto que si bien es verdad que una parte importante de su exportación se realizaba en envases pequeños y bajo marca, teniendo como destino mercados de América Latina, fundamentalmente Argentina, es más cierto que la mayor parte, el 72,74%, se seguía realizando a países intermediarios, fundamentalmente a Italia, el 57,58%, a los EE. UU, el 9,35%, y a Portugal, el 5,59%. En síntesis, que la parte más importante de su negocio la seguía constituyendo el abastecimiento de aceite a granel a los industriales exportadores italianos.

36. Hernández Armenteros, S. (2001), pp. 405-406.

37. En esta segunda ampliación los socios no pertenecientes a la familia suscribieron, cada uno, 15 acciones de 1.000 pesetas. Registro Mercantil de Málaga, hoja 1408, tomo 35, folios 6-8.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTEJÓN MONTIJANO, R. (1977), *Génesis y desarrollo de una sociedad mercantil e industrial en Andalucía: La casa Carbonell de Córdoba (1886-1918)*, Córdoba, Caja de Ahorros de Córdoba.
- FEAOE (1930), Suplemento al informe núm. 1.396: "La olivicultura en Lérica".
- GAYA, M. (1930), "El aceite de oliva en Cataluña", en *La industria aceitera*, núm. 29, p. 11.
- GARRABOU, R. (ed) (1988), *La crisis agraria de fines del siglo XIX*, Barcelona, Crítica
- GEHR (1988), "La crisis agrícola en Castilla la Vieja y Andalucía: los casos del trigo y el olivar", en Garrabou, R., op. Cit., pp. 35-68.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S. (1999a), *El crecimiento económico en una región atrasada. Jaén, 1850-1936*, Jaén, Instituto de Estudios Gienenses.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S. (1999b), "La búsqueda de la comercialización en el sector aceitero jiennense: La Cooperativa Nacional de Productores de Aceite de Oliva Puro", en *Actas I Congreso del Cooperativismo Español*, Osuna, pp. 163-198.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S. (1999c), "Viaje a la industria aceitera. La visita del noruego E. Mathiesen a las regiones aceiteras españolas en 1933", en *Revista de Estudios Regionales*, núm. 55, pp. 299-316.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S. (2001), "Empresas y empresarios españoles en la exportación de aceite de oliva, 1900-1936. Especial referencia al mercado noruego de conservas de pescado", en *Revista de Historia Económica*, pp. 383-414.
- HERNÁNDEZ ARMENTEROS, S., Martín Rodríguez, M., Garrúes Irurzun, J. (2003), "El complejo agroalimentario en Andalucía a partir de los registros mercantiles, 1886-1959", en Barciela, C. Y Vittorio, A. (eds), *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX*, Alicante, Universidad de Alicante, pp. 175-209.
- MATHIESEN, E. (1933), "Studier over olivenolje pa produksjonsstedene i Spania og Frankrike", en *Tidsskrift for Hermetikindustri*, febrero de 1933, pp. 51-58.
- RAMÓN, R. (1998), "Estructura empresarial, empresas i canvi tècni en la industria de l'oli de les comarques de Lleida, 1890-1936", inédito.
- RAMÓN, R. (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.
- RAMÓN, R. (2000), "La exportación española de aceite de oliva antes de la Guerra Civil: empresas, mercados y estrategias comerciales", en *Revista de Historia Industrial*, núm. 17, pp. 97-151.

- (2003), "El comercio exterior del aceite de oliva en Italia y España, 1850-1936", en Barciela, C. y Vittorio, A. (eds), *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX*, Alicante, Universidad de Alicante, pp.497-555.
- ROMERO ATELA, T. (1996), "Los empresarios catalanes en Córdoba, 1800-1914", en *Els catalans a Espanya, 1760-1914*, Barcelona, Universidad de Barcelona, pp. 455-461.
- SAVASTANO, G. y SERINACO, E. (1935), "Di alcuni procesi moderni di raffinazione", en *L'Olivicoltore*, núm. 8, agosto de 1935, pp. 3-16.
- SIMPSON, J. (1997), *La agricultura española (1765-1965): una larga siesta*, Madrid, Alianza.
- ZAMBRANA, F. (1987), *Crisis y modernización del olivar español*, MAPA, Madrid.
- ZAMBRANA, F. (1999), "La industria del aceite de oliva en Andalucía durante el primer franquismo", en Parejo Barranco, A. y Sánchez Picón, A. (eds.), *La industrialización andaluza. Un balance historiográfico de veinticinco años de investigación. Seminario en homenaje a Jordi Nadal*, Almería, Ed. Asukaria.
- ZAMBRANA, F. (2000), "De grasa industrial a producto de mantel: transformaciones y cambios en el sector oleícola español, 1830-1986", en *Revista de Historia Industrial*, 18, pp. 13-38.
- ZAMBRANA, F. (2003), "Continuidad y cambio en las industrias del aceite de oliva español, 1830-1996", en Barciela, C. y Vittorio, A. (eds), *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX*, Alicante, Universidad de Alicante, pp 279-312.

CUADRO 1
**EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA A LOS PRINCIPALES
 MERCADOS, 1900-1930**

(en Qms.) Media aritmética por periodos

Países	Periodo de 1901-1903		Periodo 1911-1913		Periodo 1926-1930	
	Exportación	% del total	Exportación	% del total	Exportación	% del total
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.

CUADRO 2
**EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA EN LOS PRINCIPALES
 PAÍSES EXPORTADORES**

(en Qms.)

Año	España (Tortosa fino)		Italia (Bari soprafino)		Tunez (1ª presión)	
	Pesetas	Francos oro	Liras	Francos oro	Francos	Francos oro
1927	262	232	953	252	1128	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.

DOCUMENTO DE ESTABLECIMIENTOS MORO*.

Barcelona, 22 de agosto de 1935

Excm. Sr. D. JUAN BLANCO RODRIGUEZ
Diputado por Jaén

Honorable Sr.

Doy a usted, en primer lugar, mis más expresivas gracias por haber tenido la amabilidad de escuchar con detenimiento y atención a nuestro apoderado Don Ricardo Arias, y confiando que usted me concederá igual honor personalmente en una próxima ocasión, pues deseo visitarle, espero únicamente de su bondad que usted me comunique cuando y donde podré tener el gusto de saludarle.

Al mismo tiempo que ha sido para mi casa un honor que usted escuchara mis aclaraciones, ha resultado muy doloroso llegar a conocer su opinión referente a la misma, opinión que estimo equivocada por deficiente y me duele en extremo, porque siempre he procurado obrar con la máxima honradez y considerarme muy español por residir dentro de su tierra, que aunque no es la primera, yo considero como mi segunda patria, y habiendo procurado trabajar y dedicar todos mis esfuerzos para el desarrollo de las exportaciones del aceite de oliva de España, no creo merecer el juicio que tiene usted formado.

Por esta causa me permito tomarle unos momentos y facilitarle los antecedentes siguientes:

Vine a España en 1913 por primera vez, cuando tenía solamente 22 años, con el firme propósito de abrir una casa que mi padre (q.e.p.d.) tenía proyectada desde hacia muchísimo tiempo y que no había abierto porque mis hermanos mayores no podían moverse de Italia por el mucho trabajo que allí tenían.

* Este documento es la transcripción de la carta que escribe D. Tomás Moro Pareto en nombre de la empresa Moro.

En el 1914, la guerra me llamó nuevamente a mi patria y después de haber hecho mi último servicio en el Ejército, el 20 de septiembre de 1919, en los tiempos que en mi tierra estaba amenazada completamente por el bolcheviquismo, me vine a España, el 4 de noviembre de 1919, o sea, hace 16 años, espacio de tiempo que creo me da derecho a considerarme bastante español.

El primer despacho quedó establecido en la calle Luria, número 80, modestamente, y hoy no dude usted que estamos clasificados entre los primeros exportadores de España.

Nuestras actividades se desarrollan sea en Cataluña, sea en Andalucía como me permitiré explicar usted más abajo.

Anticipo que deseo poner bien claro que esta carta no representa ninguna discusión ni protesta contra el decreto sobre exportación de aceite que ha sido discutido ya en la Asamblea General de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva y en cuya asamblea, tuve la gran satisfacción moral de ver a mi lado, por unanimidad, a todos los exportadores de aceite de Barcelona, de Jaén y de Málaga, o sea: la mayoría de los miembros que la constituyen.

Era de mi misma opinión casas competidoras de muchísimos años como Bau, Sensat, Riva y muchas otras, con las cuales nos disputamos día a día el bidoncito o los 50 kilos a los detallistas como Basseda y como Autran.

Esto tengo para mí que constituye la mayor prueba de que mi proceder comercial siempre ha sido correcto y que tengo muchos amigos entre mis propios competidores.

Conmoveras han sido para mi las palabras que pronuncio D. Joaquín Bau, el mayor competidor nuestro, delante de su Excelencia el Sr. Ministro de Industria y Comercio, palabras que no podré olvidar en la vida.

Por escuela he sido y soy contrario a toda intervención estatal en el comercio de aceites. Lo creo perjudicial a la exportación, porque

entiendo que únicamente la libre competencia perfecciona el trabajo, fortalece los ánimos y empuja las casas hacia la prosperidad.

No me alargo en este asunto porque repito que no quiero que esta carta represente una crítica ni una protesta a lo que está ya aprobado, pero, si un día tengo el honor de hablar con usted, la manifestaré francamente porque mis impresiones porque creo es mi deber manifestarlas como lo hice en la Asamblea de la Federación y en la cual, se formó una mayoría a favor de mi tesis.

Paso ahora a cosas particulares, que son pequeñeces más que otra cosa, pero que deseo aclarar para su exacto conocimiento.

En primer lugar está el aumento de la marca “Bocanegra”, que está registrada en España con el número 51.363 del año 1925 y con el número 51.362 del año 1927.

Desde hace tiempo teníamos el pensamiento de hacer esta marca en España porque el trabajo en Italia se va perdiendo y creo que no es ninguna mala propaganda para el aceite español que, bajo el nombre de “Bocanegra”, figuren las palabras “aceite de oliva español”.

Adjunto a las presentes estadísticas de importación de los años 1926, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 y 35 de las principales marcas y por ella podrá hacerse cargo de la importancia de la misma.

Me ha dicho D. Ricardo Arias que usted tenía la impresión de que nosotros embarcábamos desde España con las palabras de “aceite de Lucca”, etc., extremo que jamás se ha ajustado a los hechos y por lo tanto a la verdad.

Don Ricardo, me ha dicho también que ha circulado una latina de mi marca para demostrar dicho extremo. Pues bien, cúmpleme manifestarle que sospeche que se tratase de una lata que hace 8 años envié a la Federación para su muestrario y enseñando lealmente mi trabajo en Italia, pero tengo la seguridad de que esta vieja lata, no ha servido de instrumento contra la honradez de mi casa porque hablando de

este asunto con el Sr. Cachot, me dijo que había seguramente un mal entendido y que nadie era capaz de cometer semejante callada.

La frase dura usada por el Sr. Cachot me da la completa seguridad de que hubo algún mal entendido y doy el asunto por terminado confiando en la palabra del Sr. Cachot, quien hará averiguaciones por si hubo algún abuso en este sentido.

Nuestra marca, desde España, se envió siempre sin las palabras italianas y según el modelo que adjunto y además, hay dos cartas de nuestros proveedores, certificadas por notario, los cuales declaran explícitamente lo que yo confirmo.

Las primeras 5.000 cajas tenían la frase "aceite de oliva español" en letras más pequeñas y esto se lo manifiesto a usted por si alguien casualmente se lo dijera, pero comprenderá usted muy fácilmente que es humano que al cambiar la procedencia a una marca que empezó mi abuelo con 15 cajas hace muchos años y que llegó a las 257.040 solamente por Argentina, se proceda con cierta prudencia.

Era el sueño dorado de todos los productores españoles anular la exportación a los países intermediarios y el ir directamente a los países consumidores. Creo que este sueño dorado sería más pronto una realidad confirmada, si no se pusiesen dificultades administrativas y facilitase el trabajo siempre dentro de ley.

Le ruego a usted que se digne fijar bien en lo que le voy a decir en este momento: durante los años últimos de la guerra, la marca "Bocanegra" no se vendió en Buenos Aires por que ni nuestros socios ni nosotros queríamos envasarlas en España. Esto no hizo temer si los buenos consumidores argentinos habían olvidado nuestra marca, pero al reanudar nuestros envíos, el ocupar nueva y rápidamente el primer lugar, fue cosa de pocos años.

Yo personalmente tuve que luchar mucho contra las ideas de mis hermanos y asociados los cuales sostenían como seguro el peligro que

hubiera podido acarrear a la marca el traspase a España, basándose en que nuestra marca había sido como una especie de bandera de la exportación italiana, pero, como yo estaba en que la procedencia tiene relativa importancia, que lo que cuenta en la marca es la calidad y conocía ya España y sus aceites como no los conocen muchos, no dude en ningún momento en tomar sobre mí la responsabilidad de envasar nuestra antigua marca en España, con el resultado extraordinario de haber podido presentar un aumento en las ventas.

Conozco América desde Canadá a la Tierra del Fuego y conozco, puedo decirlo, todos los olivares del mundo por haber personalmente comprado aceite en toda la costa de África, sea en Argelia, sea en Marruecos, sea en Túnez; he comprado en Palestina, en Siria, en las Islas Griegas y puedo afirmar que únicamente hay dos naciones en el mundo que tengan un conjunto de aceites que permitan servir un tipo constante, apto para el paladar americano; estas naciones se llaman España e Italia.

Por todo esto es que nunca he tenido miedo de una competencia griega o turca y siempre he creído que España es el país que con el tiempo debe predominar también en aquellos mercados donde actualmente predomina el aceite italiano.

Gratuitamente alguien se ha permitido decir a usted que nosotros teníamos una especie de triangulo gracias al cual exportábamos el aceite desde España y el dinero se iba de Argentina a Italia.

La situación actual italiana todos la conocemos y sabemos. Italia y su gente dedican todo su esfuerzo a conquistar una tierra a donde enviar a sus ciudadanos para evitar que se repita el caso de ocho millones de súbditos esparcidos por el mundo porque nuestra tierra no es suficiente para dar vida a todos.

Envío con la presente certificados, siempre visados por notario, los cuales le demostrarán que hemos enviados a nuestros socios de

Buenos Aires aceite por un importe de pesetas 4.562.101,75 y que hemos recibido ya 4.256.106.

Además, por otro certificado resulta que hemos vendido a clientes varios por pesetas 521.012,36 y hemos entregado regularmente esta suma al Control de Cambios español.

En resumen, significa que nosotros hemos exportado y cobrado más o menos 5 millones de pesetas, únicamente en el mercado argentino.

Según copia de declaración jurada, hemos exportado de enero a julio de 1935, kilos 3.711.400 divididos entre muchísimos mercados pues poco a poco quiero abarcarlos todos porque es principio mío que una casa exportadora no tiene que estar nunca ausente de ninguno de ellos. Podrá tener un mercado preferido pero nunca debe estar ausente, porque los ausentes siempre pierden.

Tengo en existencia unas 17.000 cajas, más o menos, de marcas varias y he enviado los clichés a los señores de la Oficina del Aceite y los han aprobado, es decir, que no había ninguno que no estuviera en regla.

Usted comprenderá que sería bastante ingenuo por parte mía y un pecado imperdonable para una casa, enviar al muelle centenares de miles de pesetas exponiéndose a que un buen día, la aduana, no le permitiera la salida del producto.

Tenemos al refinaría desde 1932. Cuando muchos españoles exportaban sus capitales al extranjero, nosotros lo importábamos.

Desde la proclamación de la República en España he importado de Italia unos 4 millones de pesetas para desarrollar nuestro trabajo español.

Me dijo además D. Ricardo que le han informado a usted en el sentido de que nosotros somos unos favorecedores de la refinación del orujo.

Mentira más grande no podían decir a usted los señores que le han dado esta clase de informes y parece extraño que el cinismo de ellos llegue a estos límites.

En prime lugar, nosotros no tenemos ninguna fábrica de extracción de orujo y refinamos cantidades muy reducidas del mismo raras veces, sólo cuando a esto nos obliga la competencia, que, en algunos mercados envían verdaderas porquerías.

Usted en la Comisión Mixta habrá recibido alguna protesta de casas detallistas del Norte de España contra el orujo y si usted desea confrontar los nombres de los firmantes, con nuestros libros de cuentas corrientes, usted se sorprenderá al ver que son los mismo clientes nuestros los que han protestado, bajo sugerencia mía, para dar más fuerza a la proyectada prohibición de la refinación de orujo en España, que es una verdadera amenaza contra el aceite de oliva, porque el orujo tiene que ir a la jabonería.

Igualmente la han dicho a usted que nosotros tenemos un aparato misterioso que nos permite trabajar aceites de orujo del alta acidez y también en esto están equivocados los señores informadores, porque nosotros es verdad que tenemos un aparato de destilación de oleína para fabricar ácidos grasos blancos, pero dicho aparato está parado desde hace mucho tiempo porque no hay ventaja en el precio y solamente sería conveniente si el aceite corriente valiera 80 reales o más.

Un mal negocio que hemos hecho y que ahora lo pintan como un medio de competencia.

Si tengo un día el honor de recibir su visita en Málaga le enseñaré este aparato que tanto calienta la cabeza de unos pocos de mis amigos competidores.

Deseo además informarle que siempre ha sido principio mío el trabajar en España únicamente con elementos españoles.

Tengo la satisfacción de afirmarle que menos un sobrino mío, casado en Málaga con una señorita española, no hay un solo elemento en mis despachos, fábricas y almacenes que no sea español, porque he querido siempre agradecer la hospitalidad generosa que me ha dado España.

Usted me dispensará todos estos detalles pero como estimo en mucho su opinión, deseo ganarla y para ello todavía no he terminado.

Comprendo que debe resultar bastante pesado para usted, pero le ruego me disculpe si sigo unos momentos más.

Seguramente que habrá alguien que le comunicará a usted que la casa Moro en las compras y en las ventas hace innovaciones peligrosas y perjudiciales.

Con referencia a este extremo me permito decirle que mi casa aún no ha tendido la mano a nadie. Opera comercial, legal y normalmente; nunca ha pretendido actuar en forma de "amigo".

El sistema de cuenta corriente no lo ha descubierto, pero con él no ha arruinado a nadie.

Estos supuestos peligros y perjuicios sólo existen en las mentes de algún viejo usurero, de corredores especuladores de Málaga, que acostumbraban a cobrar a los cosecheros de Antequera entre transporte, vaciaje, comisión, etc., cinco reales por arroba y un buen día intervino la Casa Moro la cual abrió una sucursal de compras en Antequera y redujo este gasto a dos reales, poniendo en el bolsillo del cosechero tres reales por arroba.

Don Juan Blanco, director del Banco Español de Crédito en Antequera, muy amigo mío personal, me dijo en alguna ocasión hasta que yo era demasiado liberal en mis facilidades a los productores.

Se trata de cosas reservadas y no puedo en una carta mencionar nombres pero, cuantos cosecheros podrían testimoniar que yo muchas veces he dado el dinero a ellos al 5% al año, y cuantos podrían decir

también que yo, al final de la campaña, si las cosas iban bien para mí y mal para ellos, les he dicho: “dejemos correr los intereses”. Mi negocio está de Málaga a ultra el océano y no de interior hacia Málaga.

Actualmente tengo también casa de compras en Priego. También el director del Banco Español de Crédito de Priego puede decir a usted si nuestro contacto directo con los cosecheros es perjudicial para ellos o bien beneficioso, pero lo que puedo decir y asegurarle yo, es que, en muchos momentos, tengo anticipadas a los cosecheros, antes de la fabricación, sumas que no dejarían dormir a algún director local de Banco, mientras que yo las anticipo con ánimo tranquilo porque conozco uno a uno a todos ellos y porque, en honor de la verdad, tengo que declarar que siempre he concentrado mucha honradez en todos ellos y si alguno en algún momento no ha podido cumplir, lo ha hecho después con un verdadero esfuerzo pero siempre ha salido moralmente muy complacido.

Habrá otra clase de personas que encontrarán que soy molesto o que nuestra casa es molesta. Serán los comerciantes porque poco a poco voy entrando en el consumo directo en el Norte de España, como estoy ya en destacado lugar en Barcelona, contribuyendo a formar un tipo de aceite constante y apto para el consumo.

Creo que estas manifestaciones mías serán suficientes para quitar cualquier duda sobre nuestro trabajo, pero repito que siendo mi deseo conocer a usted, personalmente, para que pueda comprobar mayormente lo escrito y que en mi no hay más que un hombre que hubiera podido tranquilamente vivir de las rentas, pero que siempre concibió como un deber de hijo cumplir el encargo que le dejó su padre de continuar su obra.

Reiterando a usted el testimonio de mi consideración más distinguida, quedo suyo affmo. S.s.s.