

<http://dx.doi.org/10.18232/20073496.1399>

Artículos

Exportaciones y exportadores de aceite de oliva desde el puerto de Sevilla (circa 1870-1935)

Exports and exporters of olive oil from the port of Seville (circa 1870-1935)

Fco. Javier Fernández-Roca¹  0000-0003-2435-0622Jesús D. López-Manjón¹ *  0000-0002-0075-3294¹ Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España.* Correspondencia: jdlopman@upo.es

Resumen. El artículo contribuye a paliar dos carencias de la historiografía sobre las exportaciones del aceite de oliva español. Primero, estudia la evolución de las mismas desde el puerto de Sevilla comprobando su creciente importancia desde 1907 hasta los años 20 cuando se consolida como el más importante de España, especialmente en exportaciones bajo marca. Sobre dichas exportaciones, se estudian su evolución cuantitativa, los principales destinos y los tipos de envases utilizados para determinar cuánto se exportaba bajo marca. En segundo lugar, se analizan las empresas que exportaban desde Sevilla, desde finales del XIX, aplicando los planteamientos de las *born-global firms*. Así se investigan sus procedimientos internacionalizadores, sus estrategias marquistas, el compromiso inversor de las familias propietarias, su capacidad industrial y los procesos de integración que emprendieron. Se han incorporado en la investigación fuentes alternativas a las hasta ahora mayoritariamente usadas en la historia del sector olivarero español.

Palabras clave: aceite de oliva; exportaciones; puerto de Sevilla; *born-global firms*.

CÓMO CITAR: Fernández-Roca, F. J. y López-Manjón, J. D. (2024). Exportaciones y exportadores de aceite de oliva desde el puerto de Sevilla (circa 1870-1935). *América Latina en la Historia Económica*, 31(2), 1-25. DOI: [10.18232/20073496.1399](https://doi.org/10.18232/20073496.1399)



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

Abstract. This article contributes to fill two gaps in academic literature on Spanish olive oil exports. First and foremost, it studies the evolution of olive oil exports from the port of Seville and shows how they grew in importance from 1907 to the 1920s. During this last decade, Seville actually became the most prominent port of export for olive oil in Spain, particularly for branded exports. The quantitative evolution of those exports, as well as their main destinations and the types of containers used are also studied in order to determine the percentage of olive oil exported under brand names. Secondly, the companies exporting olive oil from Seville since the end of the 19th century are analyzed according to the born-global firm model. Their internationalization processes, branding strategies, industrial capacity and integration processes are all examined, together with the commitment to investment of the owning families. Alternative sources to those traditionally used when writing the history of the Spanish olive oil sector have been incorporated into the research.

Key words: Olive-oil; exports; Port of Seville; born-global firms.

JEL: N46; N56; N86; N96.

Recibido: 25 de julio de 2022.

Aceptado: 16 de junio de 2023.

Publicado: 21 de febrero de 2024.

Organismo patrocinador: Ministerio de Ciencia e Innovación (España) PID 2019-104063GB-I00.

INTRODUCCIÓN

Hasta la fecha la bibliografía española dispone de un buen mapa del sector del aceite de oliva, que va desde la agricultura, pasa por su industrialización y llega hasta su comercialización. La historia agraria española ha trazado la evolución del sector agroindustrial del aceite de oliva, en el periodo comprendido entre la crisis finisecular decimonónica provocada por el declive del uso industrial del aceite de oliva y su época de esplendor (1897-1935) al pasar a producto de mantel (Zambrana, 2000, 2003 y 2015). Parejo y Zambrana (1994), Zambrana (1993 y 2003) y Ramón-Muñoz (2013) estudiaron la modernización de la industria del aceite con el paso de la tecnología tradicional a la moderna. El refinado hizo aprovechable para consumo alimenticio aceites muy ácidos y mejoró los de peor calidad hasta hacerlos aptos para el uso industrial (Zambrana, 1993, 2000). El esfuerzo de refinado acometido en España, sobre todo a partir de la primera guerra mundial, y la paralela mejora en la elaboración de mezclas fueron elementos clave para la penetración del aceite español en el mercado exterior (Hernández, 2001).

La concurrencia de dichas mejoras hizo que el aceite español, primero el catalán y después el andaluz, lograra a finales del siglo XIX y, sobre todo, en el primer tercio del XX, unos niveles de calidad superiores, en muchos casos, al de los mejores aceites franceses o italianos (Hernández, 2001). Las exportaciones de aceite español vivieron una época de florecimiento al crecer más intensamente que el resto de bienes agrarios españoles, que las exportaciones mundiales de aceite de oliva y que las exportaciones del producto por parte de algunos países competidores (Ramón-Muñoz, 2000a). El proceso fue resultado de la suma de unos precios inferiores a los de los aceites italianos y franceses aprovechando la depreciación de la peseta, a la mejora de calidad ya reseñada, al lastre que supuso para nuestros competidores la primera guerra mundial, más la llegada de inmi-

grantes meridionales a los mercados americanos.¹ De tales exportaciones conocemos los grandes números, los destinos principales, la evolución anual o la concentración en las aduanas de las zonas de origen y algunos avances sobre las formas de comercialización que emplearon las empresas para entrar con éxito en los mercados exteriores (Hernández, 2001; Ramón-Muñoz, 2000a, 2000b, 2010 y 2020).

En general, la visión que existe de las empresas exportadoras de aceite es más general que individualizada y más cualitativa que cuantitativa, a excepción del quinquenio 1930-1935. La información disponible hasta el momento para los años diez y veinte procede de las fuentes consulares y para el periodo 1930-1935 de las estadísticas de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva (véanse Hernández, 2001, 2007; Ramón-Muñoz, 2010). Sin embargo, de las empresas aceiteras españolas, y en concreto de las exportadoras andaluzas, aún se conoce poco dada la complejidad de la tarea, la deficiencia de las fuentes y la red de intermediarios que estaban presentes en el sector. Por tanto, aún perviven algunas de las carencias que ya señalara Hernández (2001, 2007) aunque se ha avanzado sobre la comercialización y las características de los mercados (Ramón-Muñoz, 2010, 2020), también se ha investigado sobre las redes empresariales y la evolución societaria (Hernández, 2001; Hernández, Martín y Garrués, 2003; Garrués, Rubio y Hernández, 2013; Hernández, Rubio y Garrués, 2016) y sobre empresarios concretos (Carbonell en Castejón, 1977; Luca de Tena en Fernández-Roca y López-Manjón, 2021; Ybarra en Fernández-Roca, 2014 y Fernández-Roca, López-Manjón y Gutiérrez, 2014; Pallarés en Pérez, 2010).

Las empresas aquí analizadas son todas de carácter familiar (Sharma y Salvato, 2013) y se internacionalizaron con rapidez, bien en la senda de las *born-global firms* o de las *born-again global firms*, a partir de un producto tradicional como el aceite de oliva. La literatura define las primeras como pymes que entienden el mundo como su mercado desde el primer momento, con dependencia de la tecnología de vanguardia en el desarrollo de innovaciones de productos o procesos relativamente únicos, que trabajan en diferentes mercados internacionales, que se internacionalizan en una media de unos tres años desde su fundación y que generan, al menos, 25 % de sus ventas en el extranjero (Kuivalainen, Sundqvist, Saarenketo y McNaughton, 2012; Gabrielsson y Kirpalani, 2012).² Las segundas son empresas que están sólidamente establecidas en sus mercados internos y que no habían tenido una gran motivación ni interés en salir al exterior, pero que han abrazado repentinamente una estrategia de internacionalización rápida, siempre precedida por un “incidente crítico”, que, en un gran número de casos, fue más una combinación de varios de ellos, siendo los más comunes el cambio en la propiedad o gestión (o fusiones o adquisiciones) (Bell, Crick, y Young, 2004; Bell, McNaughton y Young, 2001; Bell, McNaughton, Young y Crick, 2003; Kalinic y Forza, 2012; Kuivalainen et al., 2012; Nummela, Saarenketo, Jokela y Loane, 2014; Olejnik, 2014; Olejnik y Swoboda, 2012; Schueffel, Baldegger, y Amann, 2014).³

¹ La peseta abandonó el patrón-oro en 1883 y desde entonces y hasta 1898 “dominó una tendencia a la depreciación, especialmente acusada en la segunda mitad de los noventa, que llevó el cambio de 25.58 pesetas por libra a 39.24 [...]. Tras el 98 comenzó una etapa de apreciación, que permitió alcanzar en 1918 el punto de máximo valor de la peseta respecto a la libra en toda su historia: expresado en términos de cambio medio anual, 19.26 pesetas por libra esterlina. [...] Pero si 1918 marcó el máximo, las 47.64 pesetas por libra de 1931 representaron el mínimo valor de la moneda española hasta la guerra civil...”. Gadea, Serrano y Sabaté (1998, p. 86).

² Una visión crítica en Leonidou y Samiee (2012).

³ La literatura nos ofrece comparativas de las definiciones sobre *born-global firms* (Gabrielsson y Kirpalani, 2012) y de estas con las *born-again global firms* (Olejnik y Swoboda, 2012; Olejnik (2014).

Graves y Thomas (2008) señalaron los tres factores que determinan el proceso de internacionalización: *a)* el grado en que la familia propietaria se ha comprometido al proceso con la nueva estrategia, *b)* la cantidad de recursos financieros disponibles para –y voluntad de comprometerse a– la internacionalización y *c)* la habilidad de cada empresa para desarrollar las capacidades de organización necesarias que le permitan internacionalizarse.

El artículo atiende dos huecos historiográficos. En primer lugar, se centra en la evolución de las exportaciones a través del puerto de Sevilla para comprobar su creciente importancia desde 1907 hasta su consolidación en la década de 1920. Del puerto de Sevilla se estudia su evolución cuantitativa, los principales destinos y los tipos de envases en los que salía el aceite para determinar cuánto se exportaba bajo marca, tanto en términos absolutos como su posición relativa respecto al total de exportaciones españolas. El tipo de envase en el que se comercializaba el aceite nos sirve como indicativo del uso de marcas en su exportación. Así, las latas, botellas y otros envases pequeños indican que el producto se comercializaba bajo marca, mientras que el uso de barriles y otros contenedores grandes señala que el aceite se enviaba mayoritariamente sin distintivo comercial (Ramón-Muñoz, 2020).⁴

En segundo lugar, estudiamos a las empresas que exportaban por el puerto de Sevilla desde el último tercio del siglo XIX, periodo no atendido en una literatura que les ha prestado escasa atención hasta momentos posteriores como el de su consolidación en la década de 1920, y el quinquenio 1930-1935. De estas empresas hemos analizado su internacionalización, las estrategias marquistas que establecieron a principios del XX, la capacidad industrial que instalaron, la innovación tecnológica que incorporaron y los procesos de integración que emprendieron.

A continuación, se repasan, en primer lugar, las fuentes de la investigación tanto las habitualmente utilizadas por la bibliografía como las novedosas aportadas en este texto. Posteriormente, se estudian las exportaciones (destinos y tipos de envase) desde Sevilla para establecer su importancia como uno de los puertos principales. El cuarto apartado se focaliza en cuáles fueron las principales empresas que hicieron posible esta actividad exportadora y en las estrategias implementadas en su proceso internacionalizador. Finalmente, concluimos que estas empresas aceiteras siguieron un modelo *born-global firm*, desarrollaron estrategias marquistas tempranas e integraron la producción fabril de aceite fino y de aceite de orujo, fábricas de hojalatería y, en dos casos, sus navieras. En segundo lugar, cabe resaltar que la importancia del puerto de Sevilla, normalmente ubicada a partir de la mitad de la década de 1920, se fraguó en 1907 y se consolidó hacia 1921 anticipándose al comportamiento nacional.

LAS FUENTES DISPONIBLES Y SU INFORMACIÓN

En el ámbito de la investigación sobre las exportaciones españolas de aceite de oliva la fuente más utilizada son las estadísticas del comercio de exterior de España (en adelante ECEE)⁵ elaboradas por la Dirección General de Aduanas, las cuales han sido complementadas con las estadísticas de importaciones de los países receptores (véanse Ramón-Muñoz, 2010, 2013, 2020) y con el quinquenio (1930-1935) de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva que ofrece datos por empresas y destinos. La información de las estadísticas del comercio de exterior de España

⁴ La Cámara de Comercio de Barcelona (1924, p. 5) distingue entre barriles, bocoyes y bidones y la “exportación en envases de hoja de lata o vidrio o de otra materia, de cabida inferior a 25 kilogramos, expendidos directamente en los mercados consumidores bajo el distintivo de una marca española”.

⁵ Años 1849-1856, Biblioteca Nacional de España; años 1854-1933, Biblioteca Central del Ministerio de Hacienda.

está muy agregada y no diferencia entre aceite común y de orujo hasta 1932, aunque puesto que las cantidades de aceite de orujo son muy pequeñas los datos se han considerado válidos.⁶ En segundo lugar, incluyen el total de aceite exportado desde España clasificado por destinos, pero sin distinguir desde dónde se expide. En tercer lugar, indican el total del aceite comercializado a través de cada aduana (con un vacío desde 1922 a 1929) pero sin diferenciar su destino final. La cuarta cuestión es que incluyen el aceite enviado a Canarias, Ceuta, Melilla y los territorios españoles en África, cantidades que se contabilizan en las aduanas a causa de los diferentes regímenes fiscales de dichos territorios pero que, estrictamente, no son exportaciones, lo que desvirtúa los datos. Sin embargo, el porcentaje completo de estas partidas representa 5 % aproximadamente de todas las salidas por las aduanas españolas a excepción del trienio 1932-1934 (ECEE). Por lo tanto, las cantidades reflejadas en las aduanas han sido comúnmente aceptadas para saber por dónde sale el aceite exportado y, por ende, el peso relativo del conjunto de las empresas establecidas en dichas zonas.

En el artículo aportamos dos fuentes cuantitativas complementarias, que han sido poco utilizadas: las memorias comerciales de las Cámaras de Comercio⁷ y los fondos de la autoridad portuaria de Sevilla (Archivo Histórico del Puerto de Sevilla, en adelante AHPTOS). Estas fuentes cubren la laguna temporal que tienen las estadísticas del comercio de exterior, en especial los registros aduaneros, y, además, soslayan algunos de los problemas provocados por la agregación de los datos. Respecto a las primeras, Carreras y Yáñez (1992, p. 152) comentaron que: “[l]a información recogida por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona procedía de las dependencias locales de la Aduana, con lo que la continuidad de la serie queda por completo garantizada, tanto en relación al comercio y la navegación exterior como al cabotaje”.

Sin embargo, la apreciación resulta tanto optimista puesto que la comparación de los datos camerales con las aduanas x revela desviaciones cercanas a 10 %, y algún máximo de casi 50 % (véase cuadro 1). En el caso concreto de la cámara sevillana se utilizaban datos de diferentes procedencias para confeccionar las estadísticas publicadas en sus memorias comerciales. Así, unas veces los tomaban directamente de los elaborados por la autoridad portuaria, sin distinguir entre destinos nacionales o extranjeros y, en otras ocasiones, se usaban los proporcionados por la aduana. Además, en él se conserva una documentación desagregada de salidas de aceite al extranjero incluida en el cuadro 1, y que se ajusta bastante bien con las estadísticas del comercio de exterior de España.

Aunque existe cierta divergencia entre las cifras de las estadísticas del comercio de exterior de España y las camerales, estas pueden utilizarse para conocer el destino del aceite exportado desde Cádiz, Málaga, Barcelona y Sevilla, información que se complementa con la del tipo de envase en que se comercializaba el aceite: pequeño o a granel. Por otro lado, la comparativa de los datos de las cámaras con los ofrecidos por la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva para el periodo en que ambos están disponibles ofrece una concordancia superior al 92 % para los dos grandes puertos catalanes (con la evidente anomalía del año 1932 para Tarragona). Algo peores resultan las comparaciones para el caso de Sevilla donde se alcanzan divergencias superiores al 12 % en 1933 y 1934 y totalmente anómalas, las cifras encontradas para el caso de Málaga. Además,

⁶ En 1932 las exportaciones de orujo fueron 48 510 toneladas que representan 7 % de las exportaciones de aceite y orujo de oliva (véanse ECEE, año 1932).

⁷ Archivos Históricos de Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga (1911-1933); Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla (1918-1927); Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cádiz (1903-1933); Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona (1912-1935).

Cuadro 1. Diferencia entre los datos de exportación de aceite de oliva de las cámaras de comercio y las estadísticas del comercio de exterior de España (porcentajes)

<i>Año</i>	<i>Málaga</i>	<i>Cádiz</i>	<i>Sevilla</i>	<i>Barcelona</i>
1903	-	-16.80	-	-
1904	-	9.55	-	-
1905	-	0.68	-	-
1906	-	-5.20	-	-
1907	-	-3.39	-	-
1908	-	-8.31	-	-
1909	-	-0.09	-	-
1910	-	1.58	-	-
1911	-	-50.91	-	-
1912	4 .23	-32.48	-	-2.95
1913	-1 .10	-28.92	-	1.37
1914	-0 .05	-12.88	-	-1.16
1915	1 .65	0	-	0.08
1916	1 .36	0.03	-	0.02
1917	5 .18	-0.09	-	-1.41
1918	-10 .96	-95.52	-	-23.64
1919	-2 .76	-	-	-35.77
1920	10 .26	-	19 .54	-25.32
1921	-	-	15 .45	-36.49
1925	-	-	-14 .67	-
1930	-0 .04	-	-1 .55	0.16
1931	1 .88	-	24 .69	-0.19
1932	-0 .12	-	13 .29	0.71
1933	-0 .42	-	17 .37	-1.97
1934	-	-	-	-0.20

Nota: la desviación se ha calculado restando del importe registrado en las memorias camerales el incluido en las ECEE. Así, los resultados positivos indican que los valores camerales son superiores a los aduaneros.

Fuentes: elaboración propia con base en memorias comerciales de las cámaras de comercio (véase nota 7) y ECEE (1903-1934).

gracias a la desagregación que ofrecen los datos camerales, la investigación se ha acercado a la especialización de cada puerto tanto en cuanto al envase en que se exportaba el aceite como a los mercados a los que se enviaba.

La segunda fuente son las series recopiladas por las autoridades portuarias. Durante la investigación se ha contactado con los cuatro mayores puertos exportadores de aceite del periodo: Sevilla, Cádiz, Málaga y Barcelona. El Archivo Histórico del Puerto de Sevilla es el único que conserva series estadísticas elaboradas por su autoridad portuaria, muy detalladas para las décadas de 1920 y 1930 y en las que están desagregadas las exportaciones de aceite de oliva por destinos y tipos de envase. En cambio, casi toda la información del puerto de Málaga se perdió en un incendio, en el puerto de Barcelona parece que nunca se generó y referente al puerto de Cádiz no se ha podido

trabajar en su archivo.⁸ De esta forma, las informaciones disponibles para estos tres puertos proceden siempre de las cámaras de comercio locales (Carreras y Yáñez, 1992; Ruiz, 2004) (véase cuadro 2).

Sobre el grado de fiabilidad de las series del puerto de Sevilla, Arenas (1995) las defendió al entender que como gran parte de los ingresos de la autoridad portuaria provenían de los derechos de muellaje y desembarque les haría especialmente diligentes en contabilizar las cantidades descargadas y cargadas. Para nuestro caso hemos comparado sus cifras con las de la aduana sevillana teniendo en cuenta que los totales de la aduana incluyen Canarias y los territorios en África por lo que hemos mantenido esas cantidades en nuestra serie de salidas de aceite por el puerto de Sevilla (véase gráfica 1). En los primeros años existe un relativo desajuste porque el puerto de Sevilla cerraba sus cuentas a 30 de junio, pero salvado ese desfase, las cifras coinciden casi plenamente. El que los datos de la autoridad portuaria sean algo superiores puede deberse a que alguna mercancía saliera por el puerto de Sevilla, pero se tramitara por otra aduana española antes de ser exportada. El resultado de la comparación nos afirma en que los datos contabilizados por la autoridad portuaria de Sevilla son plenamente utilizables. A partir de esta certeza, el artículo aporta como novedad para las exportaciones aceiteras el empleo de una fuente de gran valor que permite, por un lado, cubrir el hueco temporal de las aduanas en las estadísticas del comercio de exterior de España y, por otro, disponer de los datos desagregados tanto para los destinos del aceite desde Sevilla como para el formato de envío.

Una novedosa fuente cualitativa es la base de datos elaborada por el proyecto histórico de la Oficina Española de Patentes y Marcas (Sáiz, Llorens, Blázquez y Cayón, 2007-2017) que recoge información de las marcas registradas durante el periodo 1850-1926, el cual además permite consultar el *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial* para el periodo 1886-1997. Como señalaron Sáiz y Zofío (2022) la mayor actividad de registro de marcas en el periodo 1850 (año de la creación del primer registro nacional) y 1920 se concentran en las principales zonas industriales de España, entre las que citan a las dos grandes regiones exportadoras de aceite, Cataluña y Andalucía.⁹ La fuente permite conocer en todos los casos la fecha de registro de cada marca y la persona física o sociedad que la registraba y en muchos de ellos se incorporan el diseño gráfico asociado a la marca, el decorado y el texto incorporado al recipiente e informan del envase en que se comercializaba. El primer dato que aportan es la identificación de las empresas que desarrollaban estrategias marquistas y su cronología, y adicionalmente la información incluida en el registro de la marca con el objetivo de informar al consumidor también permite discriminar (aunque no siempre) las empresas que usaban envases pequeños para vender al por menor, el destino concreto de las exportaciones, identifica a algunos importadores y aporta información sobre calidades y orígenes de los caldos.

⁸ En Málaga, “La documentación a la que alude quedó destruida por el incendio que tuvo lugar el día 19 de julio de 1936 y que afectó a gran parte del Archivo del Puerto de Málaga.” Zacarías Reina Jiménez, técnico documental responsable de Archivos y Biblioteca, autoridad portuaria de Málaga. En cuanto al puerto de Barcelona, “[n]o hay constancia de conservar documentación con la información que necesitáis para aquellas fechas. Lo más parecido que tenemos son los manifiestos de carga y descarga, pero de fechas mucho más tardías.” María González Bonome, responsable de Gestió Documental i Arxiu del Puerto de Barcelona. En el puerto de Cádiz, tras jubilarse la persona que llevaba la parte del archivo nos han contestado: “[e]l sr. Duque se ha jubilado y actualmente y sintiéndolo mucho, no podemos ayudarle con su consulta.” Raquel Gutiérrez Sánchez de Cos, jefa de Unidad de Asuntos Jurídicos y Secretaría General.

⁹ Los autores señalan que el registro de marcas en España vivió una tendencia creciente desde la década de 1880 hasta la guerra civil.

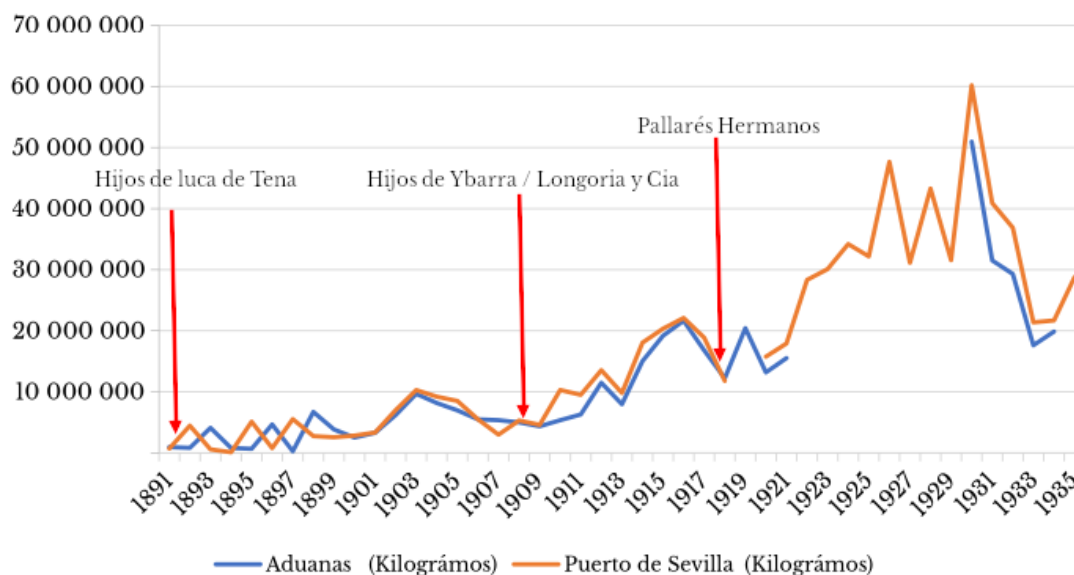
Cuadro 2. Comparación de los datos camerales sobre exportación de aceite de oliva (kg) con los de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva

<i>Años</i>	<i>Federación</i>	<i>Cámara</i>	<i>Cámara/ Federación (porcentaje)</i>
<i>Tarragona</i>			
1930	16 434 482	16 158 100	98
1931	16 678 984	18 007 500	108
1932	2 843 381	7 132 800	251
1933	6 678 912	6 186 400	93
1934	7 863 079	7 714 100	98
<i>Barcelona</i>			
1930	12 203 837	11 738 142	96
1931	9 818 765	9 872 981	101
1932	7 968 759	7 697 591	97
1933	4 620 417	4 611 768	100
1934	4 975 692	4 854 963	98
<i>Sevilla</i>			
1930	44 140 735	-	-
1931	31 159 800	31 482 804	101
1932	29 650 931	28 379 292	96
1933	14 020 982	17 539 827	125
1934	18 642 506	16 472 979	88
<i>Malaga</i>			
1930	10 469 809	20 650 996	197
1931	3 068 210	26 899 135	877
1932	4 667 436	14 012 382	300
1933	0	9 212 825	-
1934	5 184 456	-	0

Fuentes: elaboración propia con base en memorias comerciales de las cámaras de comercio de las ciudades mencionadas (véase nota 7) y Federación de Exportadores de Aceite de Oliva (1934).

Por último, una fuente adicional incorporada a la investigación son las diferentes ediciones de la *Guía de Sevilla y su provincia* elaboradas por Gómez Zarzuela. Este anuario, publicado desde 1865 y hasta 1953, ofrecía entre su contenido una visión general del comercio, la industria y los profesionales de la provincia agrupados por actividades y vecindarios. De este modo incluía una información detallada de las instituciones, entidades, corporaciones y sociedades y de sus integrantes, transportes y servicios públicos, la agricultura y la industria. Con esta panoplia de datos se ha podido triangular información sobre las empresas y los empresarios sevillanos.

Gráfica 1. Comparación de los datos de aceite exportado por la aduana de Sevilla con los del puerto de Sevilla



Nota: las cantidades de 1919 no han sido recogidas en las series de la autoridad portuaria.

Fuentes: elaboración propia con base en ECEE (1891-1921; 1930-1934) y Autoridad del Puerto de Sevilla (1891-1935), AHPTOS. Lanciotti y Lluh (2022).

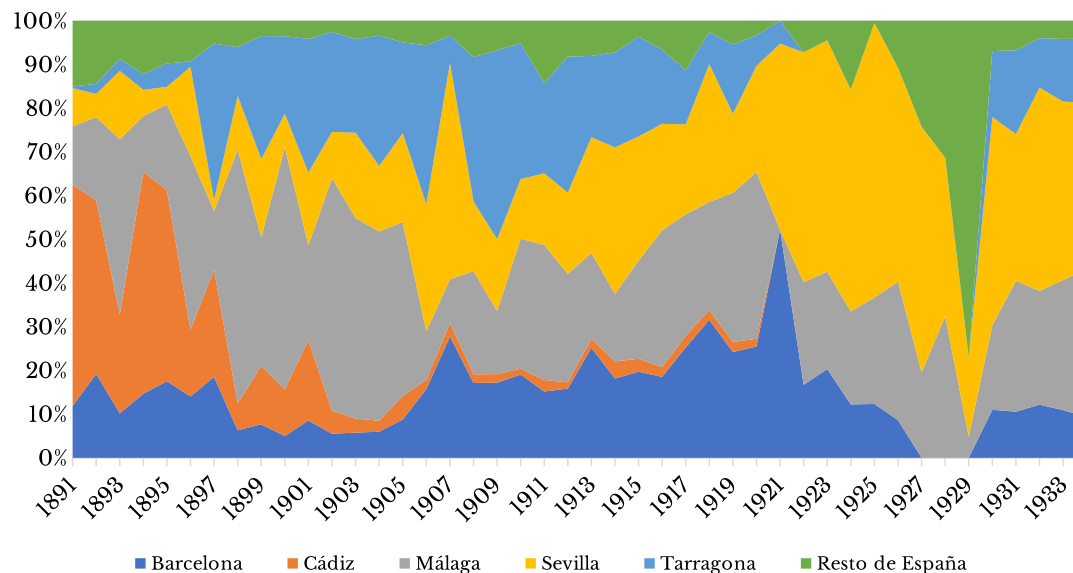
LAS EXPORTACIONES DE ACEITE ESPAÑOL DESDE EL PUERTO DE SEVILLA.

La comparación del puerto sevillano con los demás puertos exportadores (Cádiz, Málaga, Barcelona y Tarragona), coincidentes con las grandes zonas productoras (Zambrana, 1987), ilumina su papel preponderante. En la gráfica 2 se cubren los huecos de las estadísticas del comercio de exterior de España (1920-1929) alargándose la serie hasta 1934 mediante la combinación de los datos de las aduanas, de las cámaras de comercio de Málaga y Barcelona y de la autoridad portuaria de Sevilla.¹⁰ La gráfica 2 permite apreciar cómo se pasa de la preponderancia gaditano-malagueña de finales del XIX; a la malagueña de la primera década del XX; a la de los puertos catalanes (Barcelona y Tarragona) en los años siguientes con un cierto retraimiento del malagueño y, por último, a los años veinte que son los del auge y consolidación sevillana hasta 1934.

El punto de inflexión para el puerto de Sevilla fue el año 1907, final del trienio de malas cosechas y reducción de la producción olivarera iniciado en 1904 (Zambrana, 1987). El cuadro 3 resume la diferente incidencia provincial que tuvo la crisis productiva olivarera lo que afectó a las cantidades de aceite disponible y, por tanto, a las exportaciones de cada zona. Así, Málaga, que daba salida a las producciones jienenses, malagueñas y parte de las cordobesas (Zambrana, 1987), sufrió la reducción de la producción casi 80 % lo que provocó un descenso de las exportaciones desde los 22 000 000 y 23 000 000 de kilos de 1903-1904 hasta casi 1 000 000 en 1907 (ECEE). En cambio, desde el puerto de Sevilla se exportaban aceites de la propia provincia y de parte de la de Córdoba,

¹⁰ La carencia de datos de Cádiz no afecta a la comparación pues desde principios del siglo XX era un puerto residual.

Gráfica 2. Porcentaje de aceite de oliva exportado desde los principales puertos españoles (1891-1933)



Fuentes: elaboración propia con base en ECEE (1891-1921 y 1930-1934), Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga (1911-1933); Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona (1912-1925), Autoridad del Puerto de Sevilla, AHPTOS; Ruiz (2004).

de la que era salida natural y más desde la llegada de la conexión ferroviaria (Rodríguez, 1989).¹¹ Aunque las provincias occidentales tuvieron una crisis de producción menos severa, sus empresas exportadoras sufrieron una reducción menor de las cantidades de aceite disponible y, por tanto, lograron mantener mejor su nivel exportador lo que les sirvió para poner las bases del posterior auge de la década de 1920. Así, en Sevilla la caída de las salidas, tomando como referencia 1903, año que tuvo datos excepcionalmente elevados en cuanto a kilos transportados, no llegó al 50 %, manteniéndose con valores superiores a los 5 000 000 de kilogramos durante todo el periodo (ECEE).

La gráfica 3 compara la evolución de las exportaciones españolas con las sevillanas observándose un periodo con un comportamiento muy similar (finales del siglo XIX y principios del XX) y uno segundo, desde 1907 en el que el crecimiento de las exportaciones sevillanas es claramente superior al español. En los años de mayor oscilación las exportaciones españolas caen de un máximo de 112 000 000 de kilos (1919) a una meseta en torno a los 50 000 000 entre 1920 y 1927, achacada a la recuperación italiana, al tipo de cambio y al precio de los envases (Ramón-Muñoz, 2003). En cambio, las exportaciones desde Sevilla, bajo las mismas condiciones, crecen desde los 20 000 000 en 1920 a unos 40 000 000 a finales de la década, convirtiéndose en el gran puer-

¹¹ “[...] Los transportes de aceite que hacen a Sevilla puerto, por ferrocarril, oscilan sobre las 5 000 a 6 000 toneladas anuales. De este puerto traen las maderas, los envases, etc. Los cereales y las aceitunas de toda la región...”. Carta del subagente comercial de Córdoba al jefe del servicio comercial (1936). D/4/1-7. Archivo Histórico Ferroviario, Madrid, España.

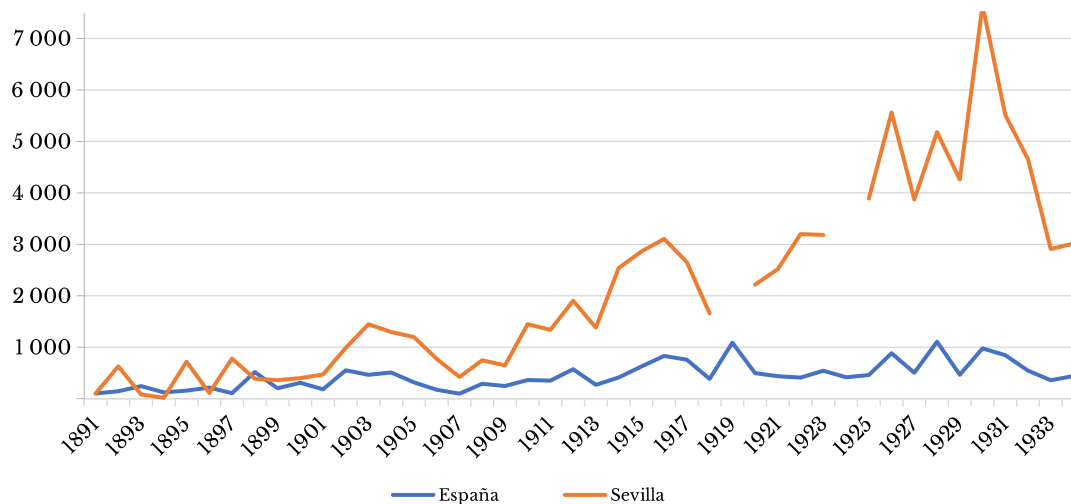
Cuadro 3. Producción de aceite en las provincias andaluzas, 1901=100

	1901	1902	1903	1904	1905	1906	1907
Córdoba	100	51	64	48	42	52	100
Jaén	100	69	37	33	24	16	66
Málaga	100	91	58	47	35	15	187
Sevilla	100	94	77	74	33	34	121

Fuente: elaboración propia con base en Zambrana (1987).

to exportador español.¹² La expansión exportadora sevillana se apoyó en las mejoras impulsadas por la autoridad portuaria (en cuya dirección intervenían empresarios del sector aceitero como los Ybarra, Luca de Tena o Longoria), englobadas en el denominado Plan Molinié (1902-1926), las cuales se sustanciaron en nuevos muelles, intervenciones en el Guadalquivir para mejorar su navegabilidad y la construcción del canal de Alfonso XII.¹³

Gráfica 3. Evolución de las exportaciones españolas y sevillanas de aceite de oliva (1891=100)



Fuentes: elaboración propia con base en ECEE (1891-1934) y Autoridad del Puerto de Sevilla (1891-1918, 1920-1923 y 1925-1934), en AHPTOS.

El éxito exportador sevillano se muestra en el cuadro 4, el cual reúne los principales destinos de las exportaciones sevillanas, disponibles desde 1921, y las compara con las españolas. Hay tres hechos reseñables: a) las exportaciones sevillanas modifican sus destinos principales ya en 1922, cuando la cantidad de aceite enviado a América es superior al mandado a Europa, adelantándose al

¹² El crecimiento exportador sevillano ocurre en un momento en el que, por ejemplo, en Argentina, se estaban retransfiriendo las importaciones desde España. El auge de las importaciones españolas en Argentina se sitúa en el periodo 1898-1913 (Fernández, 2004).

¹³ Actas de la autoridad portuaria de Sevilla, Archivo Histórico del Puerto de Sevilla y <https://www.puertodesevilla.com/> [Consultada: septiembre de 2021].

cambio de tendencia nacional que se retrasó hasta 1925-1929, cuando estas exportaciones crecieron hasta 53 % desde menos de 40 % que se enviaban en 1905-1913 efecto de los fuertes retrocesos de las importaciones en Francia e Italia (Ramón-Muñoz, 2003). *b)* el peso que las exportaciones hispalenses a América tenían en el total nacional (columna 3) representaba cerca del 70 % del total, con un pico cercano a 85 % en 1932, con lo que se concluye que el aceite español en América era aceite sevillano.¹⁴ En tercer lugar, las exportaciones sevillanas estaban más concentradas en pocos destinos que las españolas, de modo que la suma de los cuatro países americanos –Argentina, Cuba, Uruguay, Estados Unidos– suponía casi 70 % de todas las exportaciones sevillanas en el periodo 1924-1934 (véase cuadro 4).

Por último, el puerto de Sevilla se especializó tempranamente en el comercio de un aceite de mayor calidad (Zambrana, 1987; Hernández, 2007) que fue indisociable del precoz cambio antevisto en los países destinatarios, ganando preponderancia aquellos a los que se enviaba aceite en formatos pequeños. En general, aunque existió cierta convergencia en los patrones comerciales entre Europa y América, por el aumento del envío de aceite al por menor a la primera y la disminución a la segunda, a finales de la década de 1920 América seguía siendo el destino de más del 90 % del total de aceite exportado enlatado y embotellado desde la cuenca mediterránea, Estados Unidos destacó como el país receptor más importante (Ramón-Muñoz, 2020).

El cuadro 5 muestra el porcentaje (respecto del total) de aceite español exportado en envase pequeño, los principales países receptores y el comportamiento del puerto sevillano. Para su elaboración hemos empleado los datos de la Autoridad Portuaria de Sevilla, que es una fuente novedosa frente al casi exclusivo empleo de datos de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva para el quinquenio 1930-1935.¹⁵ Para España, Ramón-Muñoz (2003) estima que en 1925-1929 entre 35 y 43 % era ya aceite envasado. En cambio, en las exportaciones sevillanas domina ampliamente el aceite en envase pequeño desde 1922 (55 %), mientras que el porcentaje durante el quinquenio 1925-1929 aumentó y se mantuvo por encima del 60 % hasta 1934. La diferencia de comportamiento puede haber sido provocada por el hecho de que desde España se seguían enviando mayores cantidades de aceite a Europa que a América, mientras que las empresas que operaban desde Sevilla ya habían concentrado sus exportaciones en países americanos, demandantes de aceite para consumo doméstico (Ramón-Muñoz, 2010). Finalmente, hay que tener en consideración que la autorización a la exportación de aceites dictada en 1918 tras las restricciones anteriores, se limitó a los propietarios de marcas registradas que durante el quinquenio previo hubiesen efectuado ventas a América y siempre por una cantidad no superior al promedio vendido en el anterior quinquenio (Fernández, 2004) lo que daba ventaja a las empresas pioneras en estos mercados, como parece ocurrir con las que exportaban desde Sevilla.

Porcentaje que representa Sevilla del total español enviado a América. Datos España (ECEE) y datos Sevilla (Autoridad portuaria). Los datos de la autoridad portuaria se han recalculado con los porcentajes de desviación entre sus datos y los de la aduana. La desviación está calculada sobre totales y puede no ser la misma en todos los formatos de envases, eso puede explicar el porcentaje anómalo de 1930. Ya se explicó que ese exceso puede deberse a mercancías que salieron del puerto de Sevilla y posteriormente salieron de España por otra aduana.

¹⁴ Los datos de la autoridad portuaria eran algo superiores a los de las estadísticas del comercio de exterior de España.

¹⁵ “[...] [L]as fuentes consultadas, que ofrecen datos detallados sobre los destinos geográficos de las exportaciones, no especifican, en cambio, la clase de envase utilizado en la exportación, un aspecto básico para el conocimiento de algunas de las características sobre el tipo de producto exportado por cada empresa” Ramón-Muñoz (2000, p. 119).

Cuadro 4. Aceite de oliva exportado desde Sevilla y desde España (kg)

	América		Sevilla		Argentina ^d		Cuba ^d		Uruguay ^d		Estados Unidos ^d	
	España ^a	Sevilla ^b	América Española ^c	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla
1921	34.11	32.98	37.86	13.75	11.41	2.93	4.25	3.80	4.84	9.06	8.34	
1922	61.05	67.64	68.30	19.53	25.11	9.74	11.84	0.00	11.16	17.62	13.91	
1923	-	73.45	-	-	22.65	-	12.55	-	13.60	-	16.59	
1924	50.29	-	-	0	0	0	-	0	-	0	-	
1925	64.22	80.45	77.53	14.01	19.91	13.03	16.36	9.89	15.94	18.98	17.80	
1926	47.56	59.59	62.66	9.51	15.28	0.00	7.66	0.00	13.67	18.28	16.89	
1927	54.98	66.79	65.96	12.41	18.94	8.66	6.37	9.12	16.25	16.63	17.83	
1928	51.62	91.05	64.87	16.52	34.75	6.48	8.65	8.51	22.26	1.32	15.67	
1929	77.52	91.06	75.63	20.40	28.77	13.32	13.60	9.80	18.51	1.89	19.72	
1930	58.66	78.51	79.68	18.90	28.84	6.49	9.21	6.62	16.53	1.64	16.23	
1931	46.20	80.11	80.44	15.11	30.89	5.52	9.58	3.95	11.92	0.79	21.12	
1932	66.86	86.45	84.44	20.42	28.90	9.20	13.39	5.73	14.08	1.11	24.67	
1933	71.69	79.09	63.30	11.93	16.88	13.69	15.42	4.57	11.11	25.82	26.42	
1934	59.01	81.84	65.18	6.62	6.43	11.35	19.59	2.49	7.18	25.25	38.01	
1935	-	75.36	-	-	16.55	-	14.01	-	5.34	-	30.26	

Notas: ^a Porcentaje del total español enviado a América. ^b Porcentaje del total sevillano enviado a América. ^c Porcentaje que representa Sevilla del total español enviado a América. Datos España (ECEE) y datos Sevilla (Autoridad portuaria). ^d Países, porcentaje del total español a cada país y porcentaje del total Sevilla a cada país sobre el total exportado (no solo a América).

Fuente: elaboración propia con base en ECEE (1921-1922, 1924-1934) y Autoridad del Puerto de Sevilla (1921-1923, 1925-1935), en AHPTOS.

Cuadro 5. Exportaciones españolas y sevillanas de aceite de oliva en envase pequeño (porcentajes)

	Total exportado		Sevilla/		Argentina		Estados Unidos		Cuba		Uruguay	
	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla	España	Sevilla
1921	-	30	-	-	-	32	-	15	-	14	-	-
1922	-	55	-	-	-	35	-	10	-	21	-	-
1923	-	64	-	-	-	29	-	13	-	20	-	-
1925	-	72	-	-	-	24	-	14	-	23	-	-
1926	22	50	88	88	26	27	14	15	19	15	22	28
1927	35	59	79	79	25	29	15	18	15	11	25	27
1928	27	80	81	81	36	38	11	11	10	11	28	27
1929	45	82	97	97	32	33	12	13	16	17	17	22
1930	29	66	113	113	38	39	13	9	13	14	18	24
1931	31	66	76	76	41	44	12	14	17	14	13	18
1932	44	66	77	77	37	37	13	13	20	20	12	20
1933	39	58	65	65	18	21	16	16	32	27	11	18
1934	30	51	71	71	6	5	19	21	37	38	7	12

Notas: la primera columna indica el porcentaje de aceite exportado en envase pequeño respecto al total de aceite exportado desde España en general y desde Sevilla en particular. La segunda columna indica el porcentaje que representa el aceite exportado en envase pequeño desde Sevilla respecto al total exportado en envase pequeño desde el conjunto de España.

Países, porcentaje del total español a cada país y porcentaje de Sevilla a cada país sobre el total exportado (no solo a América). Los porcentajes de cada país se han calculado sobre el total de aceite exportado en envase pequeño.

Fuentes: elaboración propia con base en ECEE (1921-1922, 1924-1934) y Autoridad Portuaria de Sevilla (1921-1923, 1925-1935), en AHPTOS.

LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DESDE SEVILLA Y SUS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

En este apartado profundizamos en las empresas internacionalizadas al poco de su nacimiento que comercializaban aceite bajo marca, disponían de fábricas, invirtieron en tecnología y que generaron procesos de integración. Casi todas las aceiteras estudiadas tuvieron sus orígenes años antes, pero las entendemos como sociedades nuevas tanto si es la inscripción de constitución, como si es una inscripción por el cambio de objeto social, que en muchos casos buscaba incorporar la actividad exportadora (aunque socios, razón social, capital, domicilio y la forma jurídica no se modifiquen), como si se produce un cambio en el lugar de actividad (no siempre en el domicilio social) (Hernández et al., 2003).

Como pauta general las primeras noticias que identifican a los exportadores de aceite de oliva desde Sevilla es su inclusión en el apartado dedicado a tal actividad en las diferentes ediciones de la *Guía de Sevilla*. La siguiente evidencia la proporciona la constitución de las sociedades, muchas comanditarias para reunir capital suficiente para la construcción de las fábricas en las que refinar el aceite que, si bien antes se comerciaba al por mayor, ahora se comienza a vender envasado y bajo marca.

En la gráfica 1 hemos intercalado a las principales empresas aceiteras exportadoras andaluzas, en concreto las que operaban desde el puerto de Sevilla. Hay unas pioneras (Carbonell y Luca de Tena), de la penúltima década del siglo XIX, paralelas cronológicamente a los pioneros aceiteros españoles (Ramón-Muñoz, 2000a, 2003) y tres (Ybarra, Longoria y Pallarés) en la década de 1920, en el comienzo de la fase alcista que vivieron las exportaciones desde Sevilla y de creación de sociedades (Hernández et al., 2016). De una fase a la otra, las sociedades establecidas en Andalucía incrementaron su capital social medio desde las 184 000 pesetas para el periodo de 1886-1913 a las 436 000 en 1914-1936 (Hernández et al. 2016). Las aceiteras se integran en dicho comportamiento y lo superan cuando a principios de la década de 1910 las inversiones aumentan por las necesidades de capital para las fábricas (véase cuadro 6). Las empresas comenzaron pronto su política marquista para posicionarse tanto en el mercado exterior como en el interior al tratarse de un producto indiferenciado (Coq-Huelva, García-Brenes y Sabuco-i-Cantó, 2011) que vendido a granel generaba una profunda desconfianza en el consumidor.¹⁶

La empresa pionera, de entre las andaluzas, es Viuda de Carbonell (1879) con un capital de 430 000 pesetas, por encima de la media de la región y ejemplo de *born-again global firm* puesto que surge como respuesta a la insolvencia de su antecesora Antonio Carbonell (Fernández-Roca y Baños, 2023). La nueva sociedad afrontó una internacionalización rápida con exportaciones a Marsella (1879), Liverpool (1881) u Orán (1882) que se consolidaron a raíz del contrato de suministro al almirantazgo británico (1891), que supuso enviar casi 2 000 000 de kilos de aceite al año al Reino Unido (Castejón 1977).

La actividad internacionalizadora se vio acompañada por la industrial, que empezó a finales de los años 80 y primeros 90 con la adquisición de molinos harineros que se transformaron en fábricas (molino San José en la fábrica Sta. Cándida, 1889), la adquisición de una fábrica de pasta y fideos (1894) y una primigenia planta de producción eléctrica (1895) (Castejón, 1977). En el primer decenio del siglo XX, ya con Carlos Carbonell al frente de Carbonell y Cía. (1896), y aprovechando

¹⁶ “[...] además este artículo, sin determinación de los grados de su bondad, sin ninguna garantía de sus múltiples y distintas clases, lleva al mercado sello de desconfianza [...] y estos acaparadores [...] al venderlo utilizan la ignorancia del consumidor...” (la cursiva es de los autores). Remedios contra el estado actual de la olivicultura (1891), *Boletín de las Cámaras de Comercio*, pp. 30-31, en Arenas (1995, p. 167).

Cuadro 6. Años de constitución y capitales de las principales sociedades que exportaban desde Sevilla

<i>Año</i>	<i>Sociedad</i>	<i>Capital (pesetas)</i>
1879	Viuda de Carbonell	107 000
1891	Hijos de Luca de Tena	15 000
1896	Carbonell Co.	700 000
1908	Hijos de Ybarra	900 000
1908	Longoria y Cía.	231 326
1911	Hijos de Luca de Tena Co.	4 000 000
1917	Pallarés Hermanos	500 000

Fuentes: Carbonell, Archivo Histórico Provincial de Córdoba. Ybarra, Luca de Tena y Longoria, Archivo Histórico Provincial de Sevilla; Pallarés en Pérez (2010).

que las exportaciones españolas de aceite de oliva estaban resurgiendo con fuerza, arrancó una segunda etapa industrial ahora centrada en el aceite en la que la empresa se reconoce como pionera puesto que se atribuye “la instalación de la primera refinería de aceite de oliva en España” que pudiera ser la fábrica de Posadas de 1892 (Carbonell y Cía., 1941).

En 1898 tienen en Adamuz su primera fábrica de aceite constatada por la literatura; en 1900 una de aceite, orujo, jabones y sulfuro de carbono en Aguilar de la Frontera; en 1906 la de aceite orujo y jabones en Castro del Río; en 1901 en Córdoba una fábrica de aceite y la de 1913 en Pinos Puente (Castejón, 1977). Dado el auge e importancia de las exportaciones de la empresa, Carbonell abrió una sucursal en Sevilla, dispuso de un almacén de maderas en funcionamiento en 1910 (Gómez, 1910), en 1912 disponen de un almacén de aceitunas en Dos Hermanas (Sevilla) (Castejón, 1977) y antes de 1920 ya tenía una fábrica de refinado de aceite en la ciudad (Almuedo, 1996).

La intensificación de la actividad industrial coincidió con la reafirmación de la estrategia marquista, desde los primeros años del siglo xx. En 1904 se registró la marca La Providencia en cuya etiqueta señalan, debajo del nombre de la sociedad “España, Córdoba” para identificar la zona de origen del aceite además de presentarse como “cosecheros y exportadores” e insistir en que son la primera exportadora a Estados Unidos y en la obtención del primer premio en la feria de 1904 de San Luis (Missouri, Estados Unidos), y en 1905 registran Córdoba abarcando el diseño gráfico de una lata en la que puede leerse los mismos méritos que en el caso anterior. Un nuevo impulso coincide con el inicio del ciclo exportador de la década de 1910 cuando en la marca Carbonell y Cía. (1913) incluyen en la leyenda referencias a Sevilla, Córdoba y Málaga como zonas de procedencia, definiéndose la empresa como cosecheros, exportadores y refinadores de aceite y mencionando el premio de San Luis junto con el obtenido en la exposición de Zaragoza (1908). En Hércules, marca registrada en 1918 por Carbonell y Compañía se incorpora información sobre el tamaño del envase, dos kilos y 150 gramos, y se identifica como importador exclusivo a Taranco y Cía. (Montevideo). El mismo año se registra la marca Bargueño en la que aparece el lema “De Europa a Sudamérica”.¹⁷

¹⁷ El contenido de los registros ha sido consultado en Sáiz et al. (2007-2017).

Cronológicamente, la segunda empresa andaluza es Hijos de Luca de Tena con Nicolás Luca de Tena del Caño como cabeza visible y un capital de 15 000 pesetas. La familia acomete el salto a empresa aceitera moderna con una clara vocación tecnológica, de internacionalización y empleo de marcas comerciales. Así, en 1891 comienza el expediente para trasladar las actividades de fabricación de jabones, chocolates, perfumería y *refinería de aceite* (sic) a una nueva ubicación, extramuros, cercana a la estación de los ferrocarriles andaluces.¹⁸ En este traslado, los Luca de Tena incluyen entre sus actividades industriales la extracción de orujo de aceite mediante sulfuro de carbono, actividad en pleno desarrollo en España, incorporándose en la dinámica nacional que para 1890, acumulaba 26 fábricas de las que diez radicaban en Andalucía, las cuales representaban 85 % de la capacidad productiva instalada (Almuedo, 1996). Hijos de Luca de Tena siempre trabajó en la modernización de sus instalaciones y producto de esta labor fue la patente, en 1894, de su propio procedimiento químico-mecánico para el perfeccionamiento de los aceites de orujo de la aceituna y, más tarde, en 1903, de otro sistema para la extracción de aceite de orujo de la aceituna o de los detritus de semillas oleaginosas, empleando el tetracloruro de carbono.¹⁹ Cabe señalar que la sociedad, en la línea de innovación marcada por la familia, registró patentes relacionadas con los envases en los que se comercializaba el aceite de oliva.²⁰

La actividad exportadora de Hijos de Luca de Tena comenzó de manera inmediata, aprovechando la segunda generación los conocimientos adquiridos de sus antecesores.²¹ La primera generación Tena había logrado que sus aceites alcanzaran prestigio en el exterior como lo reconocería una serie de premios internacionales (el primero de 1873) incluidos en el serigrafado de la lata de Iberia en 1910.²² A finales de la década de 1880, ya con la segunda generación incorporada al negocio familiar, la empresa se inserta en el ciclo exportador finisecular con los envíos a Cuba, lo que manifestaba interés por salir del mercado metropolitano, del que tenemos noticias por el pleito sostenido en la isla en torno a la marca La Giralda.²³ Los Luca de Tena también fueron protagonistas en el auge exportador que comienza en 1907. En esta fase, mantuvieron su interés en el mercado cubano y se dirigieron también al argentino como puede verse, primero, en el registro de la marca El Imparcial en 1909, que incluye en su leyenda la condición de aceite español, importado por José R. García y Hermano sucesores de García Hermanos y Carballo y ubicados en Buenos Aires; segundo, los informes consulares señalados por Ramón-Muñoz (2010) en los que Hijos

¹⁸ En el expediente municipal se acompaña un plano de la instalación y, además, el ingeniero municipal viene a reconocer que hay una refinería que trasladar. Caja 402. Colección Alfabética: fábricas. Archivo Histórico Municipal de Sevilla.

¹⁹ Registradas respectivamente como patente de invención 16722 y patente de introducción 31127 (Sáiz et al., 2007-2017).

²⁰ Así en 1927 la empresa patentó un sistema de decorado especial para cajas y estuches de todas clases empleando el aerógrafo (patente de invención 100980), un nuevo sistema de frasco destilagotas para toda clase de líquidos (patente de invención 105556) y también una nueva jaula de madera y envase de latón, hierro u otro metal, que por su especial sistema facilitaba el vaciado de cualquier líquido contenido en el envase (patente de invención 100480), véase Sáiz et al. (2007-2017).

²¹ Los negocios aceiteros de los Luca de Tena comenzaron en 1860 (Fernández-Roca y López-Manjón, 2021) cuando la primera generación trabajaba bajo la razón de Tena Hermanos, nunca escriturada.

²² En el diseño gráfico de la lata se hacía mención a la consecución de premios en los concursos de Viena, 1873; Filadelfia, 1876; París, 1878; Barcelona, 1888; París, 1889 y Chicago, 1898 (Sáiz et al., 2007-2017).

²³ Por el pleito iniciado por la sociedad en 1907 sobre el uso de la marca La Giralda en Cuba sabemos que el 7 de noviembre de 1889 el Ministerio de Fomento concedió a la empresa dicha marca para distinguir jabones de todas las clases y aceites de oliva y agua de azahar, expidiéndose el oportuno certificado el 13 de noviembre de 1889. Protocolos, leg. 24399, Archivo Histórico Provincial de Sevilla (AHPs).

de Luca de Tena era una de las empresas reconocidas como principales; tercero, la presencia de Buenos Aires como uno de los destinos de la naviera Guadalquivir en cuyo accionariado y gestión participaba la familia y finalmente, la constitución en 1927 de una empresa subsidiaria en Argentina. Finalmente, Hijos de Luca de Tena también estuvo presente de forma temprana en Venezuela según el informe del Ministerio de Estado sobre los mercados del aceite de oliva español en 1921 que cita como ejemplo del aceite vendido en aquel país la marca sevillana La Giralda. Además, Luca de Tena supera el marco geográfico andaluz al comercializar también con la marca Azucena, registro de 1911, aceite de la comarca de Tortosa (Tarragona), que es una actividad novedosa en el panorama aceitero español hasta ahora marcado por la presencia de empresarios catalanes o italianos en Andalucía, pero no de andaluces fuera de su región (Sáiz et al., 2007-2017).

La familia Luca de Tena también tenía intereses en el sector de la hojalatería a través de la sociedad Manuel Hidalgo, con registro de 1913, en la que participaba mayoritariamente Lucía Lazo (esposa de Rafael Luca de Tena del Caño) que fue reconstituida como sociedad anónima en 1920 con el nombre de Metalgráfica Sevillana. La implicación de la familia en esta industria debió estar relacionada con el aumento del precio de los envases de hojalata que hacía al aceite español menos competitivo. Téngase en cuenta que, en 1913, el gobierno italiano instauró el régimen de admisión temporal de hojalata para la fabricación de envases destinados a la exportación de aceite, que no llegaría a España hasta 1924 y solo para la fabricación de envases destinados a la exportación de aceite de oliva con marcas registradas (Ramón-Muñoz, 2003). Además, en unión de otros empresarios sevillanos, la familia Luca de Tena entró en el accionariado y dirección de Naviera Guadalquivir S. A. (1919-1926), empresa que abrió líneas comerciales a países sudamericanos (Busto, 2007).

En la década de 1910, al calor de la recuperación aceitera antevista, aparecen nuevas, o renovadas, casas exportadoras. Así, la familia Ybarra, por medio de su recién creada sociedad Hijos de Ybarra, en 1908, de 600 000 pesetas de capital, se convertirán en la principal casa exportadora de aceites finos a partir de la puesta en marcha de su refinería en 1913 (Fernández-Roca, 2014). La nueva sociedad de la familia es un punto y aparte en su historia pues se tuvo que constituir para solucionar los problemas herenciales de la familia (Fernández-Roca et al., 2014). Hijos de Ybarra presenta como principal característica diferenciadora el contar con nuevos socios tras la incorporación de la tercera generación familiar. La nueva sociedad acomete la industrialización con la construcción de una moderna fábrica de aceite en 1913, inserta en la corriente de transformaciones que se venían produciendo desde finales del siglo XIX. Vinculada a la decisión de integrar verticalmente la producción y comercializar el aceite bajo marca propia, la familia Ybarra amplió la dedicación de su empresa naviera Ybarra y Cía. con la inauguración de las líneas trasatlánticas a Argentina y a Nueva York, que comenzaron a operar en 1916.²⁴

La fábrica de aceite Hijos de Ybarra se construyó en unos terrenos que eran limítrofes con la estación de ferrocarriles andaluces. El expediente municipal permite conocer que constaba de una sala de calderas (13.5x10 m); sala de máquinas; refinería; edificios para el depósito aceite bruto, edificio para el aceite refinado, edificio para el envasado, edificio laboratorio, oficina, almacén y habitación para el director de la fábrica (Fernández-Roca, 2014). La fábrica funcionaba en tres turnos logrando una producción diaria de 30 000 litros de aceite que era allí mismo envasado bajo

²⁴ “En junio de 1916 sale el Cabo Tres Forcas desde el puerto de Sevilla con cargas de aceites, aceituna y sal con destino al puerto de Buenos Aires [...] los viajes se hacen de acuerdo con la recién creada Junta de Transportes Marítimos [...]. Termina el año inaugurando los viajes a Nueva York”. Ybarra (1985, p. 60).

las marcas de la casa: Y Azul, Y Roja, Y Dorada, El Toro y Tango (Ybarra, 1985). La orientación exportadora de Hijos de Ybarra se refleja también en sus marcas, así registró en 1919 Y e Hijos de Ybarra incluyendo la primera la leyenda “exportadores de aceite de oliva”, y estando en la segunda los textos incluidos en el envase escritos en inglés, igual que ocurre con El Toro.²⁵

La casa Longoria es la más desconocida de las grandes empresas porque hay muy pocas referencias sobre Miguel García de Longoria y sobre sus empresas.²⁶ De él sabemos que vivió en Buenos Aires a raíz de su sociedad con Jesús Peñas (Peñas y Longoria en la que cada socio aportó 50 % de un capital de 25 000 pesetas) cuando se plantearon “explotar el negocio de la exportación de artículos españoles a la República Argentina y a la del Uruguay”.²⁷ Un año después, en 1900, otorga poderes ante un notario de aquella ciudad para que en su nombre liquidara la anterior sociedad y se estableciera una nueva de igual nombre y actividad, pero de tipo comanditaria y con un capital aumentado a 37 500 pesetas.²⁸ En 1904, cuando concluía la vigencia de la sociedad esta fue renovada por otros seis años, pero tras un aumento de capital hasta las 150 000 pesetas y con un nuevo socio comanditario, Sabino Cuvillas Fernández (100 000 pesetas de capital) y dos gerentes que serían Jesús Peñas Pérez y Miguel G. de Longoria (25 000 pesetas cada uno).²⁹ La escritura incluye la de disolución de la anterior sociedad Peñas y Longoria, establecida en Sevilla.

La que se convirtió en una de las grandes casas exportadoras lo hizo a raíz de la constitución de la sociedad Miguel García Longoria, en 1907. La sociedad nace tras la salida de Jesús Peñas y por su escritura de constitución, conocemos que el socio comanditario sigue siendo Sabino Cuvillas Fernández (143 263 pesetas de capital), vecino de Buenos Aires, y que Longoria es socio colectivo y gerente (36 381.60 pesetas de capital), pero ahora radicado en Sevilla y que el objeto social es: “la compra y venta de aceites, aceitunas, garbanzos y frutos del país tanto para la venta al por mayor en la península como para *la exportación a ultramar y al extranjero*, pudiendo también dedicarse a la explotación mercantil de otros artículos en que ambos socios conviniesen”.³⁰

La sociedad estuvo vigente hasta 1909 y de su balance final obtenemos un listado de contactos con los que mantenían relaciones comerciales en las ciudades de Buenos Aires (17), Montevideo (cuatro), Sao Paulo (uno), Río de Janeiro (uno), Valparaíso (uno), Manila (uno), Callao (uno) y Kobe (uno) y en lo que queda claro el enorme peso del estuario del Río de la Plata.³¹ El mismo día se constituye la sociedad Miguel G. Longoria, con un aumento de capital de 231 326 pesetas de las que 162 495 corresponden a Cubillos y 68 831 pesetas a Longoria. Además, Longoria aporta

²⁵ El registro de marcas en Sáiz et al. (2007- 2017).

²⁶ La primera noticia se remonta a 1894 cuando se creó la sociedad, con 10 000 pesetas de capital, Miguel García y compañía que era una casa de empeños. Protocolos, leg. 23916, núm. 218, AHPS. No duró mucho porque en menos de seis meses fue disuelta y obteniendo un mínimo beneficio de algo más de 250 pesetas.

²⁷ Protocolos, leg. 24200, núm. 53, AHPS.

²⁸ Protocolos, leg. 24495, núm. 311, AHPS.

²⁹ Protocolos, leg. 24088, núm. 1618, AHPS.

³⁰ Protocolos, leg. 25005, núm. 98, AHPS. La cursiva es del autor.

³¹ Protocolos, leg. 25009, núm. 49, AHPS.

a la sociedad –sin perder la propiedad– un elevado número de marcas comerciales.³² En 1926, la sociedad tuvo una ampliación de capital de 100 000 pesetas, ambos socios se convirtieron en socios colectivos y la razón social cambió su nombre a Miguel G. de Longoria y Compañía.³³

El otro punto relevante fue la construcción de su fábrica, citada en la *Guía de Sevilla* de 1911 y sobre la que las fichas de urbanismo del Ayuntamiento de Sevilla nos informan de “tres naves industriales a dos aguas adosadas en su cuerpo bajo de calle y dedicadas a Industria alimentaria y metalgráfica” en la cual, influidos por los motivos ya vistos, se incluye la elaboración de los envases de hojalata. La actividad industrial, ya antes de 1920, fue trasladada a otra ubicación, siendo este complejo fabril traspasado a Fernando Pallarés e Hijos.³⁴

Desde muy pronto Longoria llevó a cabo una política marquista, siendo la más antigua Alcázar, 1904, y con una especial actividad registradora en 1907-1908.³⁵ Por las leyendas que aparecen en los registros de sus diferentes marcas, conocemos que el tamaño habitual de sus envases era de entre 2.3 y 2.4 litros.³⁶ Mención aparte merece el de la marca Sotelo, de 1918, en el que se especifica que la empresa Sotelo y Cía. de Buenos Aires era la importadora exclusiva del producto (Sáiz et al., 2007-2017).

Por último, cronológicamente, en 1917 se constituyó Pallarés Hermanos (1917-1933) con 500 000 pesetas de capital (Romero, 1996) y con sede social en Cabra, en Córdoba, que es la primera de la familia registrada para “la exportación de aceite de oliva” (Pérez, 2010, p. 45).³⁷ La nueva sociedad con renovados socios, nuevo objeto social y nuevo domicilio sustituyó a su predecesora Fernando Pallarés e Hijos Regular Colectiva, con registro de 1904, que se dedicaba a la fabricación y compraventa de aceite de oliva y de orujo, para lo que disponía, en Cabra, de una fábrica de extracción de aceite de orujo por sulfuro de carbono desde 1902, y en su discurrir obtuvieron reconocimiento en diferentes exposiciones internacionales (Pérez, 2010) y exportaron aceite tortesino a Francia e Italia.

Pallarés Hermanos además incorporó la “fabricación de envases de lata y de madera” (Pérez, 2010, p. 45) y llegaron a contar con seis fábricas: cuatro en la provincia de Córdoba, una en la de Málaga y otra en Cataluña. La empresa desarrolló una importante actividad de registro de marcas de aceite de oliva con características que evidencian su actividad exportadora. Por ejemplo, dispuso de varias marcas en inglés, algunas con su versión en español: en 1916, Divine; en 1917, Spanish Star; en 1918, King Alfonso, con la leyenda escrita en inglés, en un envase de capacidad de un galón e indicando la presencia de la empresa en las localidades de Cabra y Nueva Carteya, en Córdoba, y

³² El Guadalquivir, El Cantábrico, Monte Palacio, El Lebrél, El Gaitero, Alcázar, Flora, La Alhambra, La Providencia, Marín, Comercio y Abundancia, Amor, Sultana, Granadinas, Pelotarís y Tres Torres (Sáiz et al., 2007-2017).

³³ Inscripciones registrales de Longoria (1 de agosto de 1900). Hoja 527, libro 10, folio 90; (27 de junio de 1904). Hoja 682, libro 12, folio 197; (5 de abril de 1909). Hoja 887, libro 16. Agradecer a Juan Antonio Rubio Mondéjar su generosidad al compartirlos con nosotros.

³⁴ Plan General de Ordenación Urbana, Sevilla, en www.sevilla.org/urbanismo/. En el Archivo Municipal de Sevilla se conservan expedientes para la instalación de motores eléctricos en la fábrica de envases y aceite de Longoria en los años 1915 en calle Arrebolera y en 1920 ya en la calle Oriente (Policía urbana, exps. 2940, 3743, AHS). En 1916 Fernando Pallarés, de Pallarés e Hijos, pide permiso para instalar tres motores eléctricos en la calle Arrebolera 23, antigua Peñas (Policía urbana, exps. 3027, AHS).

³⁵ En esos años registró La Asturiana, El Vasco, El Vizcaíno, Euskal-Herria, El Picador y Aceite Puro de Oliva (Sáiz et al., 2007-2017).

³⁶ Así, por ejemplo, Paz, Palmira, Viudita, La Campesina o Indio Apache, todas registradas en 1918 (Sáiz et al., 2007-2017).

³⁷ La sociedad regular colectiva convivió desde 1928 con Pallarés Hermanos S. A. que tenía un capital de 7 000 000 de pesetas puesto que no se disolvió hasta 1933 (Pérez, 2010).

Nueva York.³⁸ La referencia a Nueva York también aparece en el envase de Sirena, año de registro 1919. Por otra parte, tuvieron desde 1916 varias marcas con el nombre de importadores exclusivos como RH (Importada por Rojas e Hijos, Buenos Aires), Martí (importada por Martí Hermanos, Buenos Aires), y Sarandí en la que se especifica un contenido de 2.2 kilogramos (importada por Grela, Munne y Cía., Montevideo).³⁹

CONCLUSIONES

En el artículo se ha puesto de manifiesto la existencia de fuentes de información novedosas sobre exportaciones y empresas, el peso exportador del puerto de Sevilla y su carácter especializado en aceite comercializado en envase pequeño desde periodos relativamente tempranos, y que la senda internacionalizadora seguida por las empresas aceiteras de la zona responde a los modelos de las *born-global* y *born-again global firms*.

La investigación se ha sostenido en la triangulación de datos provenientes tanto de las fuentes normalmente empleadas como de las nuevas incorporadas al texto (las estadísticas del Archivo Histórico del Puerto de Sevilla, la información sobre marcas suministradas por la base de datos del proyecto histórico de la Oficina Española de Patentes y Marcas y la *Guía de Sevilla*. De este modo, nuestra investigación ha cubierto los huecos existentes en la historiografía.

El artículo demuestra el papel preponderante del puerto de Sevilla, en la exportación de aceite de oliva español, cuyo ascenso arranca en 1907, se consolida en la década de 1910 y alcanza una posición claramente dominante en la década de 1920. También, concluimos que las empresas que operaban desde el puerto de Sevilla se especializaron tempranamente, respecto al resto de España, en la exportación de aceite en envase pequeño y bajo marca como demuestra el hecho de que los porcentajes de aceite exportado al por menor son mayoritarios desde 1921-1922 y superiores a las medias nacionales, y es ratificado por su especialización en mercados americanos habitualmente demandantes de aceite al por menor.

El texto identifica a las empresas que protagonizaron el auge de las exportaciones de aceite de oliva en envase pequeño bajo marca y contribuye a paliar los huecos existentes en la literatura sobre empresas aceiteras. Además, el artículo las inserta en una línea cronológica y analiza la senda internacionalizadora que recorrieron. De este modo se identifica como *born-global firms* a Hijos de Ybarra, Hijos de Luca de Tena, Miguel G. Longoria y Pallarés Hermanos, y como *born-again global firm* a Viuda de Carbonell. En este sentido, destaca el hecho de ser empresas que operaban en un sector de producción tradicional (aceite de oliva), alejándose de la mayoría de los casos estudiada hasta ahora entre la que predomina los de empresas de alta tecnología.

En las empresas estudiadas se han hecho patentes los factores de internacionalización determinantes en la empresa familiar como son el compromiso de la familia propietaria con la nueva estrategia; los recursos financieros disponibles superiores a la media de las sociedades andaluzas de la misma época y la habilidad de cada empresa para desarrollar las capacidades necesarias para internacionalizarse.

³⁸ La sede social estaba en Cabra, pero Romero (1996) señala sucursales en ambas localidades.

³⁹ Los registros de las marcas en Sáiz et al., (2007-2017).

Estos factores se tradujeron en el desarrollo de fuertes inversiones destinadas a la instalación de sus propias fábricas aceiteras y orujeras, con un demostrado afán innovador, en la integración vertical del proceso exportador al asumir la fabricación de envases y al constituir o participar en el capital de navieras y en una amplia política marquista dirigida a la exportación hacia mercados americanos.

LISTA DE REFERENCIAS

- Almuedo, J. (1996). *Ciudad e Industria Sevilla 1850-1930*. Diputación de Sevilla.
- Arenas, C. (1995). *Sevilla y el Estado*. Universidad de Sevilla.
- Bell, J., Crick, D., y Young, S. (2004). Small firm internationalization and business strategy: An exploratory study of 'knowledge-intensive' and 'traditional' manufacturing firms in the UK. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 22(1), 23-56. <https://doi.org/10.1177/0266242604039479>
- Bell, J., McNaughton, R., y Young, S. (2001). 'Born-again global' firms: An extension to the born global phenomenon. *Journal of International Management*, 7(3), 173-189. [https://doi.org/10.1016/S1075-4253\(01\)00043-6](https://doi.org/10.1016/S1075-4253(01)00043-6)
- Bell, J., McNaughton, R., Young, S., y Crick, D. (2003). Towards an integrative model of small firm internationalisation. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(4), 339-362. <https://doi.org/10.1023/A:1025629424041>
- Busto y Mandaluniz, L. M. del. (2007). *Un siglo con la marina mercante: (1895-1995)*, (t. 3). Fundación Museo Marítimo Ria Bilbao.
- Cámara de Comercio de Barcelona. (1924). *Informe sobre el cuestionario de la Conferencia nacional del aceite*.
- Carbonell y Cía. (1941). *75 Años de actividad de la Casa Carbonell y Cía. de Córdoba. 1866-1941*. Carbonell y Cía.
- Carreras, A., y Yáñez, C. (1992). El puerto en la era industrial: una síntesis histórica. En *Economía e historia del puerto de Barcelona* (pp. 81-158). Civitas.
- Castejón, R. (1977). *Génesis y desarrollo de una sociedad mercantil e industrial en Andalucía: la Casa Carbonell de Córdoba (1866-1918)*. Imp. San Pablo.
- Centro de Información Comercial del Ministerio de Estado. (1922). *Los mercados del aceite de oliva español en 1921*. Imprenta del Ministerio de Estado.
- Coq-Huelva, D., García-Brenes, M. D., y Sabuco-i-Cantó, A. (2012). Commodity chains, quality conventions and the transformation of agro-ecosystems: olive groves and olive oil production in two Andalusian case studies. *European Urban and Regional Studies*, 19(1), 77-91. <https://doi.org/10.1177/0969776411428560>
- Fernández, A. E. (2004). *Un "mercado étnico" en el Plata: emigración y exportaciones españoles a la Argentina, 1880-1935*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Fernández-Roca, F. J. (2014). La "Casa Ybarra": gestión empresarial, integración vertical e internacionalización 1860-1936. *Revista de la historia de la economía y de la empresa*, 8, 125-151.
- Fernández-Roca, F. J., y Baños, J. (2023). Cándida Morand y Viuda de Carbonell: luz sobre una hidden giant. *Investigaciones en Historia Económica*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33231/j.ihe.2023.06.001>

- Fernández-Roca, F. J., y López-Manjón, J. D. (2021). Business must go on: 175 years of an olive oil business beyond firms and families. *Business History*, 63(3), 421-442. <https://doi.org/10.1080/00076791.2019.1577824>
- Federación de Exportadores de Aceite de Oliva (1934). *Memoria de la Federación de Exportadores de Aceite de Oliva de España*. Biblioteca Nacional de España.
- Gabrielsson, M., y Kirpalani, V. H. (2012). Overview, background and historical origin of born globals; development of theoretical and empirical research. En M. Gabrielsson y V. H. Kirpalani (eds.), *Handbook of research on born globals* (pp. 3-15). Edward Elgar.
- Gadea, M. D., Serrano, J. M., y Sabaté, M. (1998). Tipo de cambio y protección. La peseta al margen del Patrón Oro, 1883-1931. *Revista de Historia Industrial*, 13, 83-112. <https://raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/63293>
- Garrués, J., Rubio, J. A., y Hernández, A. (2013). Empresarios y redes empresariales en la Andalucía contemporánea. *Revista de Historia Industrial*, 51, 107-140. [text](#)
- Gómez Zarzuela, V. (1910). *Guía Oficial de Sevilla y su Provincia para 1910*. Imprenta y Encuadernación Enrique Bergali.
- Graves, C., y Thomas, J. (2008). Determinants of the internationalization pathways of family firms: An examination of family influence. *Family Business Review*, 21(2), 151-167. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2008.00119.x>
- Hernández, S. (2001). Empresas y empresarios españoles en la exportación de aceite de oliva, 1900-1936. especial referencia al mercado noruego de conservas de pescado. *Revista de Historia Económica*, 19(2), 383-414.
- Hernández, S. (2007). Los olivicultores andaluces ante la comercialización: el caso de la “Cooperativa Nacional de Productores de Aceite de Oliva Puro” (1925-1932). *Revista de estudios regionales*, 79, 73-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2367046>
- Hernández, S., Martín, M., y Garrués, J. (2003). El complejo agroalimentario en Andalucía a partir de los registros mercantiles, 1886-1959. En C. Barciela y A. Di Vittorio (eds.), *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX* (pp. 175-209). Universidad de Alicante.
- Hernández, S., Rubio, J. A., y Garrués-Irurzun, J. (2016). “A un panal de rica miel...”: empresas y empresarios en la exportación de aceite de oliva andaluz, 1886-1936. *Historia Agraria: Revista de Agricultura e Historia Rural*, 70, 73-100. [text](#)
- Junta de Obras de la Ría del Guadalquivir y Puerto de Sevilla. (1921). *Resumen de importación y exportación y movimiento general de mercaderías embarcaciones y trenes [varios años]*. Gimenez y Vacas.
- Kalinic, I., y Forza, C. (2012). Rapid internationalization of traditional SMEs: Between gradualist models and born globals. *International Business Review*, 21(4), 694-707. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.08.002>
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S. y McNaughton, R. B. (2012). Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*, 29(5), 448-465. <https://doi.org/10.1108/02651331211260331>
- Leonidou, L. C., y Samiee, S. (2012). Born global or simply rapidly internationalizing? Review, critique, and future prospects. En M. Gabrielsson y V. H. Kirpalani (eds.), *Handbook of research on born globals* (pp. 16-35). Edward Elgar.

- Nummela, N., Saarenketo, S., Jokela, P., y Loane, Sh. (2014). Strategic decision-making of a born global: A comparative study from three small open economies. *Management International Review*, 54(4), 527-550. <https://doi.org/10.1007/s11575-014-0211-x>
- Olejnik, E. (2014). *International small and medium-sized enterprises: Internationalization patterns, mode changes, configurations and success factors*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-04876-1>
- Olejnik, E., y Swoboda, B. (2012). SMEs' internationalisation patterns: descriptives, dynamics and determinants. *International Marketing Review*, 29(5), 466-495. <https://doi.org/10.1108/02651331211260340>
- Parejo, A., y Zambrana, J. F. (1994). La modernización de la industria del aceite en España en los siglos XIX y XX. En J. Nadal y J. Catalán (eds.), *La cara oculta de la industrialización española: la modernización de los sectores no líderes, siglos XIX y XX* (pp. 13-42). Alianza Editorial.
- Pérez, L. (2010). *La Casa Pallarés familia y negocio oleícola*. Cabra.
- Pérez, L. (2014). *Génesis y desarrollo de la cuestión oleícola española*. XIV Congreso Internacional de Historia Agraria, Badajoz, España.
- Ramón-Muñoz, R. (2000a). La exportación española de aceite de oliva antes de la Guerra Civil: empresas, mercados y estrategias comerciales. *Revista de Historia Industrial*, 17, 97-151. <https://raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/63362>
- Ramón-Muñoz, R. (2000b). La exportación española de aceite de oliva antes de la Guerra Civil: empresas, mercados y estrategias comerciales. Apéndice cuantitativo. *Revista de Historia Industrial*, 18, 97-151. <https://raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/63362>
- Ramón-Muñoz, R. (2000c). Specialization in the international market for olive oil before World War II. En S. Pamuk y J. G. Williamson (eds.), *The Mediterranean response to globalization before 1950* (pp. 159-198). Routledge.
- Ramón-Muñoz, R. (2003). El comercio exterior del aceite de oliva en Italia y España, 1850-1936. En C. Barciela y A. Di Vittorio (eds.), *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX* (pp. 497-551). Universidad de Alicante.
- Ramón-Muñoz, R. (2010). Product differentiation and entry barriers: Mediterranean export firms in the American markets for olive oil prior to World War II. *Business History*, 52(3), 390-416. <https://doi.org/10.1080/00076791003721613>
- Ramón-Muñoz, R. (2013). Modernizing the Mediterranean olive-oil industry, 1850s-1930s. En D. J. Oddy y A. Drouard (eds.), *The food industries of Europe in the nineteenth and twentieth centuries* (pp. 71-88). Ashgate Publishing Company.
- Ramón-Muñoz, R. (2020). The expansion of branding in international marketing: The case of olive oil, 1870s-1930s. *Business History*, 62(1), 98-122. <https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1344224>
- Rodríguez, E. (1989). El tráfico del Puerto de Sevilla desde 1900 a 1935. *Archivo Hispalense*, 219, 175-198. <https://idus.us.es/handle/11441/55803>
- Rodríguez, N. (2021). *La publicidad y el nacimiento de la sociedad de consumo: España, 1900-1936*. Los Libros de la Catarata.
- Romero, T. (1996). Los empresarios catalanes en Córdoba, 1800-1914. *Els catalans a Espanya, 1760-1914*. Actes del Congrés. Barcelona, 21 i 22 de novembre de 1996.
- Ruiz, E. (2004). *Historia de la navegación comercial española: tráfico de los Puertos de Titularidad Estatal desde la antigüedad a la conclusión del siglo XX*. Ente Público Puertos del Estado.

- Sáiz, P., Llorens, F., Blázquez, L., y Cayón, F. (2007-2017). *Base de datos de solicitudes de marcas (España, 1850-1919)*. <http://historico.oepm.es/>
- Sáiz, P., y Zofío, J. L. (2022). The making and consolidation of the first national trademark system: the diffusion of trademarks across Spanish regions, 1850-1920. *Regional Studies*, 56(2), 256-275. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1887472>
- Schueffel, P., Baldegger, R., y Amann, W. (2014). Behavioral patterns in born-again global firms: Towards a conceptual framework of the internationalization activities of mature SMEs. *The Multinational Business Review*, 22(4), 418-441. <https://doi.org/10.1108/MBR-06-2014-0029>
- Sharma, P., y Salvato, C. (2013). Family firm longevity: A balancing act between continuity and change. En P. Fernández y A. Colli (eds.), *The endurance of family businesses: A global overview* (pp. 43-56). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139794848>
- Ybarra, E. (1985). *Ybarra Hidalgo, E. (1985). Noticias sevillanas de cinco hermanos*. Ybarra y Cía.
- Zambrana, J. F. (1987). *Crisis y modernización del olivar español 1870-1930*. Ministerio de agricultura, pesca y alimentación.
- Zambrana, J. F. (1993). Las industrias de los aceites y grasas vegetales en España: un desarrollo limitado. 1850-1950. *Revista de Historia Industrial*, 4, 57-90.
- Zambrana, J. F. (2000). De la grasa industrial a producto de mantel: transformaciones y cambios en el sector oleícola español, 1830-1986. *Revista de Historia Industrial*, 18, 13-38.
- Zambrana, J. F., Barciela, V., y Di Vittorio, A. (2003). Continuidad y cambio en las industrias del aceite de oliva español, 1830-1996. En *Las industrias agroalimentarias en Italia y España durante los siglos XIX y XX* (pp. 279-312). Universidad de Alicante.

Archivos

- AHPTOS Archivo Histórico del Puerto de Sevilla, Sevilla, España.
- AHPC Archivo Histórico Provincial de Córdoba, Córdoba, España.
- AHPS Archivo Histórico Provincial de Sevilla, Sevilla, España.
- APM Archivo del Puerto de Málaga, Málaga, España.
- Archivo del Puerto de Cádiz, Cádiz, España.
- APB Archivo del Puerto de Barcelona. Barcelona. España
- ECEE Estadísticas del Comercio de Exterior de España. Dirección General de Aduanas. Biblioteca Nacional de España (1849-1856) y Biblioteca Central del Ministerio de Hacienda (1854-1933), Madrid, España.
- Archivo Histórico Ferroviario, Madrid, España.
- AHMS Archivo Histórico Municipal de Sevilla, Sevilla, España.