

Artículo

Comercio exterior y consolidación de las grandes bodegas del jerez, 1840-1877

Carlos de Pedro Sánchez^{a,*} y José Ignacio Jiménez Blanco^b

^a Universidad Complutense de Madrid, Avenida de la Paz 21, Peralas de Tajuña, 28540, Madrid, España

^b Departamento de Economía Aplicada, Estructura e Historia, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Campus de Somosaguas s/n. 28223, Madrid, España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 6 de abril de 2017

Aceptado el 15 de febrero de 2018

On-line el xxx

Códigos JEL:

F12

F14

N63

N73F12

F14

N63

N73

Palabras clave:

Vino

Jerez

Exportaciones

Competencia monopolística

R E S U M E N

La exportación de jerez fue uno de los principales renglones de la balanza comercial española durante gran parte del siglo XIX. La mayor parte de las ventas se destinaron al Reino Unido, un mercado donde la distribución estaba férreamente controlada por comerciantes autóctonos. Este trabajo analiza los cambios en el número de exportadores y en el grado de concentración del volumen exportado en uno de los momentos de mayor esplendor. Ello es posible gracias a una fuente singular, las listas de extractores, que desglosan las cantidades vendidas por cada uno de ellos. Los estadísticos utilizados para medir la concentración muestran la existencia de dos periodos, cuyos cambios se explican por tratarse de un mercado donde concurrían oferentes muy heterogéneos, tanto por su estructura de costes como por sus estrategias de comercialización.

© 2018 Asociación Española de Historia Económica.

International trade and consolidation of large sherry wineries, 1840-1877

A B S T R A C T

Sherry export was one of the main Spanish trade balance items during the 19th century. Most of the sales were destined for the United Kingdom, where the market was strongly controlled by native distributors. An analysis is presented on the changes in the number of exporters and the export concentration level during one of the greatest and glorious eras. This is possible due to a special source, the list of extractors, which break down the amounts sold by each exporter. The statistical indicators used to measure the concentration show the existence of two different periods, for which the changes are explained by the fact of being a market where heterogeneous providers came together, either due to the cost structure or their marketing strategy.

© 2018 Asociación Española de Historia Económica.

Keywords:

Wine

Sherry

Exports

Monopolistic competition

1. Introducción

Los rasgos generales de la historia contemporánea del jerez son relativamente bien conocidos. La importancia de este producto para la economía de la zona y para la española, así como su proyección

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: cdepedro@ucm.es (C. de Pedro Sánchez).

internacional han atraído la atención de numerosos investigadores. Sus trabajos han arrojado luz sobre aspectos fundamentales relativos tanto a la oferta como a la demanda, y sobre el marco institucional y regulatorio¹. Gracias a ellos conocemos la trascendencia que tuvo la liberalización del sector, primero de facto en 1778 y, finalmente, de iure a partir de 1834 tras la supresión del Gremio de Cosecheros; las características singulares del cultivo del viñedo de la zona, así como los motivos de las variaciones de las cosechas; las innovaciones en la elaboración y comercialización de los caldos; el destino preferente de las ventas hacia los mercados exteriores, sobre todo el británico; y los principales rasgos y evolución de este último, fundamental para entender la suerte del jerez².

Menos nutrida es la lista de investigaciones relativas a la microeconomía del jerez, en concreto a la historia empresarial, tanto desde un punto de vista general como desde la perspectiva individualizada de, al menos, las más significativas bodegas. En cuanto a este último aspecto, las monografías son escasas y se han centrado en González Byass, una de las más destacadas actualmente, que ya lo era en el siglo XIX; también disponemos de alguna información, aunque mucha menos, sobre F. G. Cosens y Cía., una de las principales en el lapso aquí analizado, pero ya desaparecida³. Con todo, es muy grande el vacío que deja la escasa información disponible acerca de Pedro Domecq, Patricio Garvey, Manuel Misa o Williams & Humbert, por mencionar solo algunas de las firmas más destacadas de Jerez, porque de las de El Puerto de Santamaría, Sanlúcar de Barrameda y Cádiz sabemos aún menos.

Este trabajo analiza la configuración del sistema empresarial que giraba en torno a la exportación del jerez en una etapa decisiva, caracterizada por un acusado aumento de la demanda y, en parte, también de los precios, una de cuyas consecuencias fue el fortalecimiento del poder de mercado de algunas grandes bodegas, que acabaron alzándose con la hegemonía del sector. Un sistema empresarial que está en la base del que, en 1886-1959, fue el segundo más diversificado de Andalucía, caracterizado por su naturaleza agroindustrial, vocación exportadora y su dinamismo tanto en la creación de empresas como en la cuantía del capital societario⁴.

El interés y la principal aportación del estudio entendemos que radica en el examen de unos hechos conocidos, a la luz de la nueva teoría del comercio exterior con empresas heterogéneas, que trata de explicar cómo y por qué reaccionan estas a variaciones de los costes y qué consecuencias tienen sobre su número, tamaño y poder de mercado de las supervivientes. Ello en un periodo (1840-1877) en el que disponemos de información individualizada sobre la totalidad de los extractores en los dos principales municipios exportadores de jerez. Un tipo información que no está disponible para ningún otro producto, ni históricamente ni en la actualidad, lo que hace de este un caso singular⁵.

Además de la introducción y las conclusiones, el texto consta de cinco epígrafes. En el primero se consideran las posibilidades y limitaciones de la principal fuente utilizada. El segundo recoge una sucinta exposición de la literatura referente a los efectos del comercio internacional en industrias con empresas con distinta productividad en un contexto de competencia monopolística, por considerarlo un marco teórico útil para comprender mejor la suerte de los exportadores de jerez. El tercero describe las líneas generales de la evolución de la cantidad exportada y del número de extractores de jerez. El cuarto contiene los estadísticos empleados para medir la evolución en el tiempo del grado de concentración de las exportaciones entre las empresas partícipes. Y, en el quinto, se contraponen teoría y realidad, mediante un análisis básicamente cualitativo –pues carecemos de información cuantitativa sobre aspectos fundamentales como son los costes y la productividad–, que trata de explicar cómo reaccionaron los exportadores a los cambios tanto en la oferta como en la demanda a la luz de la nueva teoría del comercio internacional, concluyendo que esta ayuda a explicar la configuración empresarial del sector en un periodo decisivo de la historia del jerez y de la zona donde se producía.

2. La fuente

La principal fuente empleada en este trabajo son las listas de extractores o exportadores –ambos vocablos los utilizamos como sinónimos– de vinos desde Jerez y El Puerto de Santamaría al extranjero (en adelante *Listas*), elaboradas anualmente al menos desde 1823 a partir de las correspondientes relaciones mensuales. El término «vinos» es una categoría genérica, referida a la amplia gama de caldos cobijados bajo la denominación de jerez –o sherry, pues la mayoría se exportaba a Gran Bretaña desde mucho tiempo atrás–; vinos de diferentes características y precios, pero que las *Listas* en ningún caso especifican. Es decir, la fuente solo se refiere al total de la cantidad vendida por cada exportador, pero en ningún caso al tipo ni al valor de los caldos.

Las *Listas* tampoco indican el organismo que las elaboró ni la procedencia de la información. Mas de la naturaleza del contenido se infiere la autoría de un organismo público español relacionado con el comercio exterior. Por esto resulta verosímil su atribución a la Administración de Rentas y Aduanas (Pérez Ruilópez, 2009). Sin embargo, sorprende que los originales se hallen en archivos privados⁶, y no con la documentación oficial de Aduanas, así como que las cifras recogidas en dichas *Listas* difieran de las de las Estadísticas del Comercio Exterior de España (ECEE) (Montañés Primicia, 2001, pp. 189-190). Sobre esto volveremos más adelante.

Hasta 1877, las *Listas* enumeran detalladamente quiénes eran los exportadores de jerez, tanto desde El Puerto de Santa María como desde Jerez de la Frontera, y la cantidad (en arrobas, botas y, algunos años, litros) de vino extraída por cada uno anualmente⁷. Ello permite medir el grado de desigualdad entre los exportadores y cómo cambió a lo largo del tiempo, un instrumento esencial en

¹ Al respecto son de obligada referencia Quirós (1962), Pemartín (1965), González Gordon (1970), Simpson (1985 y 2011), Zapata (1986), Cabral (1987), Jeffs (1994), Maldonado (1999) y, sobre un periodo posterior al aquí analizado, García Quevedo (1970). Entre los estudiosos contemporáneos a los hechos destacan los trabajos de Parada (1868), Lizaaur (1877) y González y Álvarez (1878).

² El Reino Unido pasó de absorber el 77 por ciento de las exportaciones españolas de jerez en 1850-55 al 90 por ciento en 1870-74 Pan-Montojo, 1994, p.103). Sobre las exportaciones pueden verse también Montañés Primicia (2000b y 2001) y Pérez Ruilópez (2009). Las particularidades y cambios del mercado británico en el siglo XIX se analizan con detalle en Simpson (2004 y 2005).

³ Estudios de conjunto de las empresas del jerez son Mena (1900), Montañés Primicia (2001) y Lignon-Darmillac (2004); también hay información en Jeffs (1994) y Maldonado (1999). Sobre González Byass puede verse Fernández-Pérez (1999) y Montañés Primicia (2000a y 2017); sobre F. G. Cosens, Jiménez Blanco (2009).

⁴ Rubio Mondejar y Garrués Irurzun (2017, pp. 91-102) Rubio y Garrués (2017, pp. 91-102). El distrito al que se refieren los autores es el de Cádiz-Jerez de la Frontera.

⁵ Sobre la actividad exportadora de las empresas españolas de todo tipo, actualmente, puede verse Myro Sánchez (2013, pp. 177-209). Existen estudios históricos

sobre empresas exportadoras de aceite, pero para el siglo XX y con fuentes distintas y más limitadas, Ramón i Muñoz (2000) y Hernández Armenteros (2001).

⁶ Al menos se conservan en el archivo de Sandeman, en el del Consejo Regulador de la Denominación de Origen y en el de González Byass. Nosotros solo hemos podido consultar las de los dos últimos, motivo por el cual nuestra serie comienza en 1840. Sobre los años previos véase Maldonado Rosso (1999, pp. 301-318) Maldonado (1999). El origen de las *Listas* guardadas en el archivo de González Byass es una copia que hizo, en Londres, Carlos González Gordon de un libro que le prestó Sandeman, donde figuraban los embarques y extractores entre 1840 y 1922, según se expresa en una carta remitida por Carlos a su hermano Manolo el 15 de mayo de 1934; pero las posteriores a 1877 solo se refieren a la ciudad de Jerez.

⁷ Una bota de exportación contenía 30 arrobas, y una arroba de vino de jerez equivale a 16,67 litros Jeffs (1994, p. 20). Entre 1862 y 1877, las *Listas* informan también de forma agregada –sin desglosar las cantidades según exportadores– sobre los puertos de destino de los envíos.

esta investigación. Después de 1877, proporcionan el mismo tipo de información pero referida solo a Jerez de la Frontera, motivo por el cual solo las hemos utilizado como una referencia colateral, manteniendo así la necesaria homogeneidad de la serie.

Otro problema de la fuente es que no incluye las exportaciones desde Sanlúcar de Barrameda y la ciudad de Cádiz; plaza esta última de cierta relevancia en el siglo XIX⁸. Esto explica que las *Listas* presenten unas cifras de exportación inferiores a las ECEE hasta 1884 (*Montañés Primicia, 2001, p. 189*). No obstante, los estudiosos del comercio exterior del jerez en la segunda mitad del siglo XIX han utilizado preferentemente las *Listas* en sus trabajos⁹. Una opción difícil de entender cuando se trata de evaluar la magnitud de ese comercio, pero obligada cuando el objetivo de la investigación son los extractores; de hecho, en este caso, no hay ninguna otra fuente que le haga sombra. Pese a los problemas, ya quisiéramos contar para otros productos con una información similar.

Dos inconvenientes impiden la plena individualización de los extractores en las *Listas*. El primero es que en bastantes ocasiones, sobre todo en los primeros años, embarques de poca entidad se agrupan en un ítem del tipo, por ejemplo, «entre quince individuos», o bien en otro similar, pero sin concretar el número. En este caso, como el monto de esta partida representa un porcentaje ínfimo del total, los hemos excluido de los cálculos, por lo cual, en esos casos, trabajamos con una cifra de exportación ligeramente inferior al total de la fuente.

El segundo inconveniente presenta mayor entidad. Se trata de un ítem, que aparece tres años (1875, 1876 y 1877) en las *Listas* de Jerez, denominado «señores extractores que dejan de figurar en las listas», pero que pese a no saber ni quiénes ni cuántos son –el plural indica que más de uno– sus exportaciones sí figuran en las *Listas*. El problema es su elevada cuantía: en torno a un ocho por ciento del total. Esto explica por qué no hemos utilizado para el cálculo de los estadísticos de concentración ninguno de los años posteriores a 1874.

3. El marco teórico: competencia monopolística con empresas heterogéneas

Las nuevas teorías del comercio internacional tratan de explicar por qué no exportan todas las empresas que se dedican a una misma actividad –en realidad son una minoría–, cómo afectan a las que lo hacen los cambios en la demanda exterior y qué consecuencias tiene la consiguiente reestructuración empresarial tanto sobre la configuración del sector como sobre el PIB del país¹⁰. Entre estas teorías destaca el modelo de Melitz que busca medir los efectos del comercio internacional dentro de sectores industriales configurados por empresas heterogéneas en productividad, en un contexto de competencia monopolística (*Melitz 2003*).

El oxímoron competencia monopolística remite a un tipo de mercado en el que existe competencia, pues el acceso al mismo es libre, abierto a cualquier oferente que quiera y pueda hacerlo, pero no todos lo hacen en igualdad de condiciones, debido a las diferencias en las respectivas escalas de producción. Esto hace que varíen de unos a otros tanto las curvas de oferta (costes marginales) como las de demanda. De ahí que se hable de empresas heterogéneas.

La competencia monopolística es una forma de competencia imperfecta en la que numerosas empresas compiten en un mercado, con margen para influir en el precio de los bienes vendidos, aunque ninguna tiene una cuota de mercado suficiente para determinarlo, como ocurre en el monopolio. Esta característica es consecuencia de que son relativamente pocas y de que producen con rendimientos crecientes o, lo que es lo mismo, con costes decrecientes –a más producción, menores costes medios–, por desenvolverse en un contexto de economías de escala generadas dentro de la propia empresa.

En la competencia monopolística deben cumplirse dos requisitos:

1. Las empresas del mismo sector han de producir bienes diferenciados –de aquí le viene el calificativo de monopolística–, aunque el grado de diferenciación puede variar bastante. No es lo mismo, por ejemplo, el vino que los automóviles. Esto las aísla de la competencia, pero no del todo, porque los bienes en cuestión son sustituibles.
2. Las decisiones de una empresa sobre sus precios no influyen en la demanda de sus competidoras: cada empresa acepta los precios de las demás como un dato. No se da, por tanto, la convivencia entre empresas característica del oligopolio.

En esta situación, en principio, una empresa venderá más cuanto mayor sea tanto la demanda como el precio del conjunto de sus competidores. Sin embargo, en la práctica, no todas las empresas de un sector exportan más cuando el mercado se amplía. Hay algunas que sí lo hacen, mientras otras se repliegan al mercado interior y otras desaparecen. Esta disparidad de comportamientos se explica porque no todas las empresas tienen la misma curva de costes ni les afecta del mismo modo el alza de la demanda.

Las diferencias de costes guardan una estrecha relación con el tamaño o capacidad productiva de la empresa, pues cuanto mayor sea esta mayor será la capacidad de diluir los imprescindibles y cuantiosos costes de entrada en los mercados exteriores o costes hundidos¹¹ –pues una vez realizados no se pueden recuperar–, derivados de la inversión requerida por la búsqueda de información sobre el mercado (tamaño, preferencias de los consumidores, regulación), adaptación del producto a la legislación del país, marketing, establecimiento de redes de distribución, etc. Por tanto, desde el lado de la producción, las mayores empresas son más competitivas y están mejor preparadas para exportar.

Mas ocurre que también se ven favorecidas desde el lado de la demanda. Si el tamaño del mercado aumenta como consecuencia, por ejemplo, de un tratado comercial que anula los aranceles entre dos países, cabe prever que ello causará un incremento del número de empresas partícipes y un descenso del precio provocado por la mayor competencia¹². Sin embargo, no todas las empresas experimentarán las consecuencias en la misma medida, debido a las diferencias de costes de producción. Las pequeñas, a las que les cuesta más producir una unidad adicional, sufrirán las consecuencias de la mayor competencia, es decir, si no innovan en la forma de producir o en la comercialización, venderán la misma cantidad a precios inferiores, lo que reducirá su beneficio de explotación, provocando bien un repliegue sobre el mercado interior o bien su desaparición.

⁸ Según *Parada Barreto (1868)*, Sanlúcar de Barrameda contaba con excelentes soleras que surtían a Jerez y El Puerto, además de exportar su manzanilla bien directamente bien a través de otros puertos. Por otra parte, los caldos de Puerto Real, Chiclana y Conil se exportaban sobre todo a través de El Puerto de Santamaría y de Cádiz.

⁹ De los trabajos que tratan de este asunto, solo *Simpson (1985)* y *Pan-Montojo (1994)* emplean las ECEE.

¹⁰ Las ideas expuestas en este epígrafe se inspiran en *Krugman, Obstfeld y Melitz (2016, pp. 164-188)*, *Melitz (2003)* y *Melitz y Ottaviano (2008)*.

¹¹ Estos costes de entrada son tanto variables como fijos (*Melitz, 2003*). Como consecuencia de los costes fijos de exportación, solo aquellas variedades de producto con unos costes marginales lo suficientemente bajos, ajustados a la calidad, serán rentables para exportar (*Hummels y Klenow, 2005*).

¹² La reducción de los costes del comercio permite la exportación de empresas que no podían acudir al mercado internacional con costes mayores (*Melitz, 2003*). Por otro lado, el aumento de la competitividad como resultado de la mayor apertura aumenta la competitividad agregada, lo que se traduce en menores precios (*Melitz y Ottaviano, 2008*).

Tabla 1
Exportación de jerez, 1823-1877

	Arrobas			N.º índice			
	El Puerto	Jerez	Marco de Jerez	El Puerto	Jerez	Marco de Jerez	Ind. encadena (Marco)
1823-27	135,457	352,448	487,905	100	100	100	
1828-32	275,681	405,570	681,251	204	115	140	140
1833-37	420,279	446,495	866,774	310	127	178	127
1838-42	465,278	474,201	939,478	343	135	193	108
1843-47	456,546	503,150	959,695	337	143	197	102
1848-52	532,951	603,540	1,136,490	393	171	233	118
1853-57	672,506	857,925	1,530,431	496	243	314	135
1858-62	656,455	881,688	1,538,143	485	250	315	101
1863-67	753,388	1,109,477	1,862,865	556	315	382	121
1868-72	674,364	1,579,487	2,253,850	498	448	462	121
1873-77	621,563	1,459,787	2,081,350	459	414	427	92

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas* y Pérez Ruilópez (2009, p. 385 y p. 387).

Por el contrario, las grandes empresas, las más productivas y a las que les cuesta menos producir una unidad adicional, podrán resarcirse de la caída del precio con unas mayores ventas. El resultado será un aumento del beneficio de explotación. En este caso, lo que se deja notar son los efectos favorables del ensanchamiento del mercado. Son las ganadoras de la nueva situación, pues al mismo tiempo que ganan cuota de mercado, se ven favorecidas por una redistribución de los factores hacia ellas (Melitz, 2003 y Melitz y Ottaviano, 2008).

La ampliación del mercado, por tanto, no tiene los mismos efectos para todos los partícipes, pues ocasiona ganadores y perdedores. Las empresas con menores costes aumentan sus beneficios y la cuota de mercado, viendo reforzada su posición. Al mismo tiempo que las que tienen mayores costes pierden cuota o desaparecen. De resultados de ambos movimientos se concentra la producción en las empresas más eficientes, mejorando la productividad agregada y el bienestar de la población¹³.

El ejemplo clásico para analizar los efectos de la competencia monopolística es la integración de los mercados de automóviles de Estados Unidos y Canadá tras el acuerdo de libre comercio para este sector en 1964, que favoreció a ambos países y, especialmente, a Canadá. Aunque el sector en este país era la décima parte del de su socio al firmarse el tratado, menos de una década después estaban casi a la par, pese a la reducción del número de empresas. Además aumentó el valor de los intercambios del sector y casi se equiparó la balanza de los mismos entre ambos países. Todo ello como consecuencia del aumento de la escala de producción derivada de la expansión del comercio intraindustrial¹⁴.

Este marco conceptual presenta limitaciones referentes, sobre todo, a los supuestos en los que se basa. Así, es difícil tanto que cada empresa se comporte como un verdadero monopolista en la realidad, como negar la existencia de interdependencia. Pues en la práctica, las empresas saben que igual que ellas no son impermeables a las decisiones de las demás, las demás tampoco lo son a las suyas. Ambas limitaciones admiten, sin embargo, una graduación variable según el tamaño y la posición en el mercado de las empresas partícipes en la actividad en cuestión.

4. El comercio exterior de jerez

4.1. Las exportaciones

Los años comprendidos entre 1840 y 1877 constituyen una de las etapas más prósperas de la historia del negocio del jerez. Durante

mucho tiempo se la conoció como la edad de oro, calificativo que le fue arrebatado a la postre por el auge habido casi un siglo después, entre 1945 y 1979. Dorado o plateado, ese lapso se caracterizó ante todo por el aumento de la demanda, reflejado en el alza de las exportaciones (fig. 1 y tabla 1), debida a la boyante situación de los principales consumidores de este vino de lujo, la aristocracia y la burguesía de los países del norte de Europa, sobre todo el Reino Unido, líder entonces de la economía mundial (Simpson, 1985; Simpson, 1985 y 2011). El efecto imitación hizo que el fenómeno se extendiera y «pronto hubo una botella (de jerez) en todos los aparadores ingleses» (Jeffs, 1994, p. 90). Aunque quizá no del mismo tipo.

En realidad estamos ante la última fase de un ciclo iniciado en el siglo XVIII, que duró casi una centuria, salvo el paréntesis de la Guerra de la Independencia. Un ciclo basado, desde el lado de la oferta, en destacados cambios institucionales. Primero fue el levantamiento de la prohibición de almacenar caldos y entrarlos de fuera por la Real Orden de 26 de enero de 1778, que comportó, de facto, el fin de los privilegios de los que venía gozando el Gremio de Vinería de Jerez de la Frontera. La puntilla se la dio la supresión de los gremios realizada en el marco de la revolución liberal en 1834 (Maldonado Rosso, 1999, pp. 133-155 y p. 304).

Esta normativa modificó de arriba abajo el negocio del jerez, tanto en lo referente a su configuración, como a los protagonistas y al reparto del poder entre ellos, como a los tipos de vinos exportados. Hasta 1778, el poder estuvo en manos de los cosecheros, es decir los propietarios de las viñas, quienes controlaban la exportación, consistente sobre todo en vinos en claro del año; lo cual hacía innecesario el envejecimiento. Después de dicho año se desarrolló el comercio tanto interior como exterior, al tiempo que se ampliaba la gama de vinos exportados, ganando protagonismo los vinos de crianza, de mayor valor, lo que beneficiaba en primer

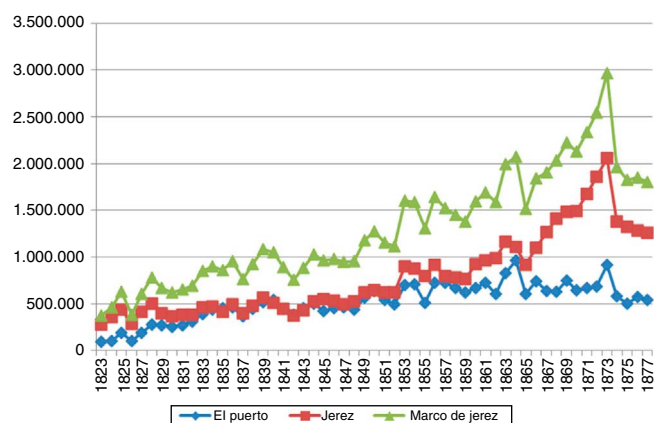


Figura 1. Exportación de jerez, 1823-1877 (arrobas).

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas* y Pérez Ruilópez (2009, p. 385 y p. 387).

¹³ La desaparición de las empresas que se traduce en ganancias de bienestar puede producirse a través de dos vías, como consecuencia de los costes de entrada en los mercados internacionales (Melitz, 2003) o como respuesta al incremento de competitividad asociado al comercio (Melitz y Ottaviano, 2008).

¹⁴ Krugman, Obstfeld y Melitz (2016, pp. 180-181).

lugar a los extractores, pero también a quienes los criaban (almacenistas). Dos grupos cada vez más nutridos por la concurrencia de británicos y franceses, pero también de españoles ligados al comercio colonial y, después, por repatriados (Maldonado Rosso, 1999, p. 267). A finales del siglo XVIII y principios del XIX, el negocio del jerez se configuró en torno a tres grupos: cosecheros, almacenistas y exportadores; si bien, los extractores fueron los principales beneficiarios de la expansión, y quienes acabaron haciéndose con la hegemonía en el sector.

La *tabla 1* muestra el ritmo del crecimiento de la exportación de jerez según las medias quinquenales, siendo los momentos de mayor intensidad 1828-32 y 1853-57. Llama la atención que la única fase de descenso sea en 1873-77, pese a que el máximo de la serie se alcanzó precisamente en el primero de dichos años (*fig. 1*); lo cual indica la gravedad de la recesión subsiguiente, común tanto a Jerez como a El Puerto.

Durante las décadas de 1850 y 1860, el vino español –y de forma destacada el jerez– se situó a la cabeza de las preferencias de los consumidores británicos, superando claramente a los caldos portugueses¹⁵. En estos años, empero, la oferta se vio en serias dificultades para hacer frente al auge de la demanda. Por dos tipos de motivos. Primero porque la zona de producción del jerez ha sido siempre restringida; especialmente escasas son las tierras albarizas, las que producen los mejores caldos. Con todo, el área plantada se amplió: en 1852, las viñas ocupaban en Jerez –el principal centro productor, aunque no el único– 5.559 hectáreas; en 1877 aumentaron hasta las 7.219 hectáreas, de las que un 70 por ciento eran albarizas. Un crecimiento debido principalmente a las plantaciones en barros y arenas, productoras de mostos bastos y mediocres. Téngase en cuenta, además, que las vides europeas tardaban unos ocho años en dar una cosecha aceptable y veinte en procurar vino de calidad¹⁶.

A lo anterior se sumó un segundo factor en la década de 1850: la aparición del oídio, la primera de las tres grandes plagas, procedentes de América, que afectaron al viñedo europeo. A diferencia de la filoxera, que mata la vid sin remisión, el oídio afecta a la cosecha según la meteorología del año agrícola. Especialmente malas fueron las cosechas de 1855 y 1857¹⁷. Además, en este caso se dio la favorable circunstancia de que se encontró pronto la forma de combatirla.

El desajuste entre demanda y oferta elevó el precio del mosto hasta un máximo en 1863 y, cabe suponer que el de los vinos exportados, aunque quizá no en la misma cuantía¹⁸. También impulsó la compra de caldos en municipios próximos y de otras provincias. Asimismo, los altos precios incitaron las imitaciones procedentes de otras plazas de España y del extranjero, facilitadas por tratarse de un vino de mezcla, cuyas características no estaban definidas, lo que permitía elaborar jereces al gusto del consumidor, tan diverso como su poder adquisitivo. Al respecto resultan ilustrativas las palabras de Parada y Barreto, un contemporáneo de los hechos, quien señalaba:

«...atendiendo la producción escasa que hay en Jerez con el consumo inmenso que hay en todos los países, se comprende fácilmente cuánto vino se bebe que se llama de Jerez sin tener con el verdadero ni el más mínimo contacto»¹⁹.

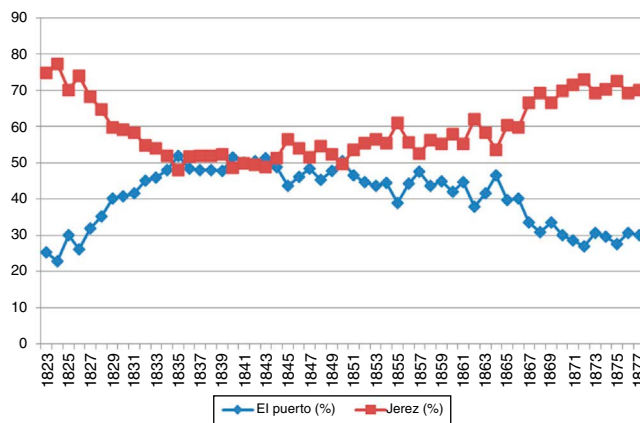


Figura 2. Participación en las exportaciones de jerez (%).

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas* y Pérez Ruilópez (2009, p. 385 y p. 387).

Inicialmente, algunos exportadores pudieron compensar –no sabemos cuántos ni en qué medida– el descenso de los precios tras 1863 incrementando las ventas. *Montañés 2000b pp. 206-207*) ha calculado una hipotética serie del valor de las exportaciones de jerez multiplicando las cantidades recogidas en las *Listas* por la media de los precios de venta de González Byass. El resultado confirma esta posibilidad porque el cenit se alcanzó en 1873, y la media del valor de las exportaciones en 1865-73 superó en un 28 por ciento a la de 1856-64. Pero no podemos elevar esta conclusión a definitiva por las dudas que suscita la representatividad de la serie de precios empleada, la de uno de los mayores exportadores, en una actividad caracterizada por la gran diversidad de los partícipes.

En cualquier caso, centrar los esfuerzos en la cantidad no era una estrategia viable a medio plazo. Primero por la competencia de los vinos franceses, más adecuados al cambio de la preferencia de los consumidores británicos hacia caldos menos alcohólicos y más ligeros, que estaba teniendo lugar entonces. Y, segundo, porque esta competencia se agravó tras la implantación de la escala alcohólica en 1861, según la cual el arancel se fijaba en función de los grados del vino, lo que favorecía a los franceses, más ligeros. En concreto, los vinos que superasen los 26 grados Sykes –tal sucedía con la mayor parte de los jereces– debían pagar un arancel un 150 por ciento superior al de los que no alcanzasen dicha graduación, entre los que estaban los franceses (*González Álvarez, 1878, pp. 186-187*).

En este contexto, se entiende que los vinos franceses se hicieran con la hegemonía del mercado británico, a costa de los españoles y, claro está, del jerez. En 1873 se alcanzó el cenit de las extracciones de jerez con casi 100.000 botas y tres millones de arrobas, cifras que tardarían mucho en repetirse²⁰. Después de ese año, al declive de los precios se añadió el de las cantidades exportadas, lo que llevó al negocio a una profunda depresión, agravada por la aparición de dos nuevas plagas, el mildiu y la filoxera, esta última devastadora.

En cuanto a la pugna entre Jerez y El Puerto de Santamaría por hacerse con la hegemonía de la exportación del jerez, las medias quinquenales (*tabla 1*) evidencian la primacía de Jerez en términos absolutos, aunque el mayor aumento sobre el nivel de partida correspondiera siempre a El Puerto. La evolución anual del peso de ambas plazas en el total se recoge en la *figura 2*, donde se ve la amenaza que representó el intenso crecimiento de las extracciones desde El Puerto en los primeros años de la serie; amenaza hecha realidad en 1835, cuando superó en volumen a su rival. Desde entonces se constata un toma y daca hasta

²⁰ En parte, el auge de 1873 obedeció al anuncio de que al año siguiente se produciría un empeoramiento del trato arancelario, lo que llevó a los extractores a adelantar ventas *González Álvarez (1878, p. 55)*.

¹⁵ *Simpson (1985, p. 172)* y *Zapata Blanco (1986, p. 405)*.

¹⁶ *Simpson (1985, pp. 175-179)*, *Zapata Blanco (1986, p. 874)* y *López Estudillo (1992, p. 50-56)*.

¹⁷ *González Álvarez (1878, p. 42-44)* y *González Gordon (1970, p. 116)*.

¹⁸ Los cálculos de *Montañés (2000b, p. 199)* para el caso de González Byass demuestran que, entre 1853-55 y 1856-65, el precio del mosto subió un 118 por ciento mientras que el del vino lo hizo el 78 por ciento.

¹⁹ *Parada (1868, p. 141)*. Este tema es tratado con detalle en *Cabral (1987, p. 176-180)*.

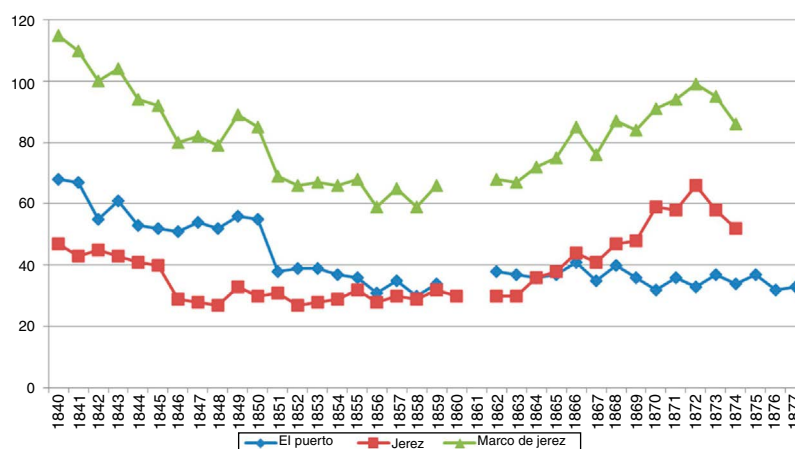


Figura 3. Número de extractores de jerez, 1840-1877.

Fuente: elaboración propia a partir de Listas.

Tabla 2

Los cinco mayores exportadores del Marco de Jerez, 1840-1874

1840	1845	1850	1856	1864	1869	1874
J. G. Burdon (EP)	P. Domecq (J)	J. G. Burdon (EP)	González Dubosc (J)	González Byass (J)	González Byass (J)	González Byass (J+EP)
P. Domecq (J)	P. Garvey (J)	Merello y Cía (EP)	J. G. Burdon (EP)	F. W. Cosens (J+EP)	M. Misa (J)	F. W. Cosens (J+EP)
G. Olham (EP)	Pemartín y Cía. (J)	P. Garvey (J)	Pemartín y Cía. (J)	B. Costello Hnos. y Cía. (EP)	F. W. Cosens (J+EP)	M. Misa (J)
M. Moreno (EP)	G. Olham (EP)	Beigbeder y Cía (J)	P. Garvey (J)	P. Domecq (J)	P. Garvey (J)	P. Domecq (J)
T. Ravina (EP)	Gordon y Cía. (J)	P. Domecq (J)	Duff Gordon y Cía. (EP)	P. Garvey (J)	P. Domecq (J)	P. Garvey (J)

EP: El Puerto de Santamaría; J: Jerez de la Frontera.

Fuente: elaboración propia a partir de las Listas.

1844, cuando se inicia una divergencia, tímida pero creciente al principio, e insalvable después de 1864, indicativa del triunfo jerezano.

4.2. Los exportadores

A la altura de 1840, el negocio del jerez se asentaba sobre tres protagonistas: los cosecheros, los almacenistas y los exportadores; si bien las lindes eran franqueables, pues hubo integraciones tanto hacia delante como hacia atrás de todos ellos y, además, en algunos casos, estos movimientos fueron temporales. No todos los exportadores lo eran en sentido estricto. Había, generalmente almacenistas, que probaban fortuna en la exportación y, dependiendo de cómo les fuera, permanecían en la nueva actividad o se limitaban a la crianza. De hecho, este fenómeno se dio bastante, y explica parte de los movimientos en la zona baja de las Listas. Ello indica que estamos ante una actividad abierta, en la que era fácil entrar, pero resultaba difícil mantenerse. En cualquier caso, los exportadores eran una minoría, como lo demuestra el que, en 1855 por ejemplo, hubiera 900 bodegas en Jerez y las Listas solo recojan 32 extractores²¹.

Entre 1840 y 1877, la evolución del número total de participantes en la exportación de jerez (fig. 3) presenta tres fases destacadas. La primera (1840-1856) se caracteriza por una acusada caída, pues prácticamente se redujeron a la mitad, mientras que las ventas aumentaron un 56 por ciento. Cada vez menos exportaron más, al mismo tiempo que, como se verá después, se reducía la desigualdad.

La segunda (1856-1872) se distingue por el aumento de los extractores, modesto al principio e intenso en la última década. Son años también de crecimiento de las exportaciones, pero solo al principio (1856-63) con mayor intensidad. En la tercera fase

(1873-1877), la adversa coyuntura se deja notar tanto en los exportadores como en las exportaciones, aunque más en estas, si bien el problema que presentan las Listas de Jerez en los últimos años (epígrafe 2) impide concretar nada respecto de los extractores, dado el dominio alcanzado por los jerezanos ya entonces.

Detrás de la trayectoria descrita se constata de nuevo la pugna entre Jerez y El Puerto por la hegemonía en el negocio, así como el triunfo del primero de dichos municipios. Los extractores de El Puerto fueron mayoría hasta 1863 (fig. 3), momento a partir del cual intercambiaron las posiciones, resultado de un ligero descenso de los portuenses y del notable ascenso de los jerezanos, aunque a estos les afectó mucho más la recesión ulterior.

Otro aspecto a considerar en este epígrafe es el grado de movilidad dentro de las Listas y en qué medida las empresas que lograban situarse en cabeza mantenían las posiciones. La tabla 2 recoge los cinco mayores exportadores del Marco de Jerez (los integrantes del C₅) para cada uno de los años en los que se basa este trabajo. Fijémonos en la configuración del grupo el último año (1874) y veamos cómo se ha formado.

De los cinco nombres, solo uno (P. Domecq) estaba ya en cabeza en 1840. Lo cual puede considerarse como un indicio de movilidad. Este indicio se confirma al comprobar la variedad de nombres que aparecen en las relaciones de los cuatro primeros años. Además, del grupo de 1874 solo aparecen dos y no son siempre los mismos. Sin embargo, a partir de 1864 el panorama cambia. Este año ya está perfilado el grupo, pues figuran cuatro de los cinco; y un lustro después aparece plenamente configurado: los nombres son los mismos que en 1874, aunque cambien algunas posiciones.

Vemos, por tanto, que al hablar de movilidad deben distinguirse dos fases: la primera (1840-56) bastante dinámica, que contrasta con lo ocurrido a partir de 1864, cuando el grupo de cabeza se va aislando hasta la impermeabilidad plena. Una situación que se mantenía en 1884. Aunque para este año ya no disponemos de la Lista de El Puerto, en la de Jerez solo hay una novedad respecto a la de ambas plazas una década antes: F. G. Cosens aparece en la sexta

²¹ Parada Barreto (1868). Sin embargo, una estadística municipal reduce el número de bodegas jerezanas a 491 en 1863. Aroca (2007, p. 42), cuando solo hubo 30 extractores.

posición. Pero dada la importancia que para esta bodega tenía la exportación desde su casa de El Puerto –el 28 por ciento en 1874–, resulta verosímil afirmar que el quinteto de cabeza seguía siendo el mismo.

El análisis de los integrantes del C₅ confirma la hegemonía jerezana en el negocio. En 1840, cuatro de las cinco mayores exportadoras estaban radicadas en El Puerto; en 1874, todas tenían su sede en Jerez, aunque dos de ellas (González Byass y F. G. Cosens) operaban también desde El Puerto, siendo especialmente importante, como queda dicho, esta circunstancia en el segundo caso.

5. La desigualdad entre los exportadores de jerez

5.1. Antecedentes

Una ventaja de las *Listas* es que permiten estudiar el grado de desigualdad entre los extractores de jerez –algo imposible con las ECEE–; lo que nos proporciona una idea aproximada de cómo se pudieron repartir, en el primer escalón, las ganancias generadas por uno de los negocios más prósperos de la economía española del siglo XIX. Un aspecto importante en una sociedad que ya estaba muy polarizada. Sin embargo, han sido pocos los investigadores que han estudiado el asunto. Solo conocemos dos trabajos al respecto.

El primero es de [Montañés Primicia \(2001\)](#)²². Su estudio considera el lapso 1840–1887. El método empleado consiste en calcular para cada extractor jerezano –sin considerar, por tanto, los de El Puerto de Santamaría– todas las exportaciones realizadas durante esos años y su correspondiente peso en el total. Tras lo cual concluye, primero, que se trataba de un negocio muy abierto, como lo demuestra la proliferación de iniciativas empresariales o gran número partícipes –realmente, no todos los partícipes eran empresas en sentido estricto–. Segundo, la elevada concentración de las exportaciones: diez empresas acapararon el 61 por ciento de todas las extracciones del periodo estudiado; porcentaje que se eleva al 75 si se consideran las veinte primeras. En fin, el éxito de estos grandes exportadores obedeció en gran medida a su capacidad para consolidar una red comercial, sobre todo, en el mercado británico.

El segundo trabajo ([Lignon-Darmaillac, 2004](#), pp. 150–157) difiere del anterior, primero, en el periodo analizado, más reducido, pues va de 1840 a 1877. Segundo, porque considera los exportadores tanto de la ciudad de Jerez como los de El Puerto de Santa María, aunque separadamente, sin agregarlos en ningún momento. Y, tercero, por el método empleado, consistente en un análisis diacrónico de la desigualdad en cada una de las dos plazas en varios años (1840, 1850, 1862, 1870 y 1877), desde una doble perspectiva: la del número de exportadores y la de la cantidad exportada. El indicador utilizado es el porcentaje de cada una de estas variables según diversos rangos de ventas (una especie de función de densidad).

De donde se deduce el descenso del número de pequeños exportadores (menos de 500 botas) tanto en Jerez como en El Puerto a lo largo de todo el periodo, siendo siempre superior en cifras absolutas en esta última plaza. Asimismo observa que el peso de los grandes exportadores (más de 1.000 botas) aumentó bastante en las dos localidades entre 1840 y 1877. Ahora bien, mientras en Jerez, la cantidad exportada por estos creció constante y sensiblemente, hasta alcanzar más de tres cuartos del total; en El Puerto, la evolución fue más irregular y, al final, su participación en las ventas había descendido, pasando de casi dos tercios a menos de la mitad del total de esta plaza.

Nuestro trabajo está en la línea del de Lignon-Darmaillac, pero pretende dar un paso adelante. Comparte el periodo estudiado (1840–1877) y realiza también un análisis diacrónico, aunque los años elegidos no son exactamente los mismos. Sin embargo, difiere en dos aspectos importantes. El primero es considerar el negocio de la exportación de jerez en su totalidad –en la medida que la fuente lo permite–, para lo que hemos agregado las extracciones de Jerez y de El Puerto. La segunda diferencia es el empleo de una amplia gama de indicadores estadísticos de la desigualdad, que enriquecen, matizan y confieren consistencia a las conclusiones obtenidas.

5.2. Algunas observaciones metodológicas

Antes de comentar dichos indicadores conviene hacer algunas aclaraciones sobre el tratamiento de la fuente. La primera se refiere a la decisión de optar por un análisis diacrónico, inspirada en la hipótesis de que, pese a tratarse de una etapa de crecimiento, hubo cambios tanto de oferta como de demanda que pudieron provocar oscilaciones en el grado de concentración de las ventas. Además, las conclusiones del trabajo de Lignon-Darmaillac así lo sugerían.

¿Por qué elegir unos años concretos en vez de construir una serie anual, puesto que la fuente lo permite para casi todo el lapso considerado? Por dos motivos. Porque la segunda es una opción muy intensiva en trabajo, y porque este sería un trabajo, en parte estéril, ya que se trata de una variable que refleja los cambios a medio y largo plazo, no de un año para otro. Quizá en este caso, la vía intermedia sea la idónea: construir varios cortes o pilotes con la media trienal, por ejemplo. Para paliar esta insuficiencia optamos por utilizar dos años por década, salvo en la última, donde no ha sido posible por el problema, ya comentado, del que adolece la fuente en los tres últimos años.

Nosotros hemos considerado un exportador a quien la fuente considera como tal, ya sea un individuo o una empresa aunque, por razones familiares o comerciales, pudieran estar actuando coordinadamente con otros extractores. En estos casos habría que haber agregado las ventas, lo que no hemos hecho por carecer de la información necesaria para ello. Otro motivo para considerar este trabajo como una primera aproximación.

Además, conviene no olvidar que la cantidad exportada no deja de ser también una aproximación. Porque dentro del «jerez» había muchos jereces, con niveles de precios muy distintos –en 1864, González Byass comercializaba 34 tipos de vinos diferentes con un rango de precios de 10,4 a uno²³–, por lo que dos extractores que exportaran la misma cantidad podían percibir diferentes ingresos, que a la postre es lo decisivo. Con otras palabras, lo ideal sería trabajar también con los valores, pero esto no es posible porque carecemos de información al respecto²⁴.

Este trabajo presenta la novedad de referirse a la totalidad de las exportaciones desde Jerez y de El Puerto. Para ello hemos agregado las listas de las dos ciudades. Solo cuando hay plena coincidencia en las denominaciones del correspondiente exportador en ambas plazas hemos sumado las dos cantidades. Son pocas las concordancias, aunque algunas destacadas, como las de González Byass²⁵, F. G. Cosens²⁶ y J. Pemartín, lo que, obviamente, contribuye a reforzar sus respectivas posiciones en el conjunto. Otra prueba de que se trata de dos ámbitos territoriales del negocio poco integrados. En

²³ [Montañés \(2000a, p. 263\)](#).

²⁴ Los valores de las ECEE no constituyen una alternativa, primero, porque carecen de la fiabilidad mínima necesaria ([Andrés Álvarez, 1941 y 1943](#)) y, segundo, porque se dan de forma agregada, sin individualizar los exportadores.

²⁵ Sobre González Byass puede verse [Montañés \(2000a\)](#).

²⁶ Sobre F. G. Cosens puede verse [Jiménez Blanco \(2009\)](#).

²² [García de Quevedo \(1970, pp. 184–186\)](#) estudió la distribución empresarial de las exportaciones de jerez, pero en la década de 1960, a partir de fuentes del Ministerio de Comercio.

Tabla 3
Estadísticos descriptivos básicos de la exportación de jerez, 1840-1874

Año	Total arrobas	Extractores	Media	CV
1840	1.048.277,25	89	11.778,40	1,563
1845	963.509,00	73	13.198,75	1,223
1850	1.276.471,25	65	19.638,02	1,208
1856	1.637.507,25	53	30.896,36	1,034
1864	2.020.772,74	69	29.286,56	1,213
1869	2.223.522,50	78	28.506,70	1,398
1874	1.960.937,50	83	23.625,75	1,519

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas*.

realidad, Jerez y El Puerto estuvieron a la greña durante todos estos años por ver cuál de las dos se hacía con la hegemonía²⁷.

Un análisis pormenorizado de la desigualdad requeriría también estudiar lo ocurrido en Jerez y en El Puerto separadamente, para comprobar si la evolución es similar en ambas plazas, o si alguna de ellas ejerce mayor influencia en el conjunto. Sin embargo, ciertas características de la serie, unidas a la naturaleza de algunos indicadores impiden obtener conclusiones claras al obrar así, porque se reduce notablemente el tamaño de la muestra: algunos años se sitúa en torno a treinta e incluso menos. Esto puede afectar a los promedios, por el mayor peso de los valores atípicos en el resultado. Además, los indicadores basados en deciles también pueden verse distorsionados, porque los de los extremos (el primero y el noveno), están representados por extractores muy cercanos al mínimo y al máximo exportado. Por todo ello hemos desistido del análisis desagregado de lo ocurrido en ambas plazas.

5.3. Medidas de la desigualdad

Un objetivo de este trabajo es demostrar el distinto poder de mercado, la heterogeneidad, de los exportadores de jerez. Para ello analizamos diversos indicadores del grado de desigualdad existente entre ellos. La *tabla 3* recoge los estadísticos descriptivos básicos de las exportaciones de jerez en los años seleccionados²⁸. El crecimiento de la media por extractor indica una concentración –compatible con una mayor igualdad, como veremos– en un número cada vez más reducido de empresas hasta 1856. A partir de este año, las oportunidades de negocio generaron un efecto llamada a nuevos extractores que se incorporaron por la parte baja de la distribución, exportando pequeñas cantidades, lo que deprimió la media.

Por otro lado, la dispersión de la serie, medida a través del coeficiente de variación, tuvo una trayectoria opuesta a la anterior: decreció hasta 1856, para aumentar posteriormente. La menor volatilidad inicial apunta a que las cantidades exportadas están más cerca del valor central representado por la media, por lo que la desigualdad existente ha de ser menor; mientras que la mayor volatilidad refleja aumentos de la desigualdad. Una conclusión que veremos ratificada por otros indicadores.

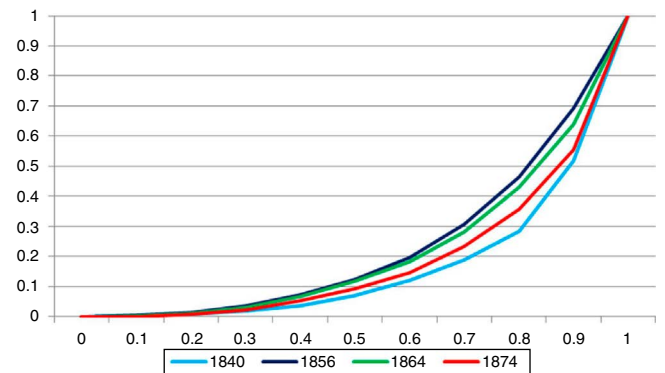
Para medir el grado de concentración de las exportaciones de jerez hemos empleado tres tipos de indicadores. El primero es el índice de concentración, denominado C, que mide el peso de las (5, 10 y 20) empresas que más exportan en el total²⁹. La *tabla 4* refleja la pérdida de importancia tanto del C₁₀ como del C₂₀ durante el conjunto de los años considerados, así como el reforzamiento de las cinco grandes a partir de 1856,

Tabla 4
Índices de concentración de la exportación de jerez, 1840-1874

Año	C5	C10	C20
1840	0,3299	0,5532	0,7483
1845	0,2919	0,5010	0,7200
1850	0,3319	0,5177	0,7330
1856	0,3078	0,5336	0,7847
1864	0,3154	0,4855	0,7194
1869	0,3438	0,5165	0,7205
1874	0,3436	0,5009	0,7128

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas*.**Tabla 5**
Índice de Gini de la exportación de jerez, 1840-1874

Año	Gini
1840	0,6801
1845	0,6039
1850	0,5806
1856	0,5491
1864	0,5808
1869	0,6317
1874	0,6369

Fuente: elaboración propia a partir de *Listas*.**Figura 4.** Curva de Lorenz de la exportación de jerez (1840, 1856, 1864 y 1874). Fuente: elaboración propia a partir de *Listas*.

coincidiendo, como vimos, con la consolidación de los integrantes de este grupo.

El segundo tipo de indicadores lo forman aquellos que consideran la totalidad de los exportadores. El primero de ellos es el índice de Gini, que mide, grosso modo, la diferencia entre el porcentaje acumulado de exportadores y el porcentaje acumulado de exportación. Puede tomar valores entre 0 (perfecta distribución) y uno (nula distribución). Estrechamente ligada a este tenemos la Curva de Lorenz, que es, en definitiva, una representación gráfica de la concentración³⁰.

El índice de Gini (*tabla 5*) presenta un patrón claro: reducción hasta 1856 y aumento posterior hasta el final de la serie; trayectoria ratificada, como no podía ser de otro modo, por las correspondientes curvas de Lorenz (*fig. 4*), y que concuerda con la evolución tanto del coeficiente de variación como con el C₅. No obstante, el índice de Gini presenta su máximo en 1840, un indicio de que la desigualdad de la exportación en el Marco de Jerez pudo reducirse entre ese año y 1874.

²⁷ Al respecto es muy ilustrativo el trabajo de Pérez Serrano y Román Antequera (2009) sobre las vicisitudes de la articulación del sistema de transporte en la zona para llevar el vino a los puntos de embarque.

²⁸ Para más información sobre estadísticos básicos puede verse Martín-Pliego y Ruiz-Maya (2006).

²⁹ Cabral (1997, pp. 18-21) recoge una explicación detallada del índice.

³⁰ Como la curva de Lorenz varía poco a corto plazo, para no empañar la visión de la tendencia hemos optado por representar solo cuatro años de la muestra, a saber, el primero (1840) y el último (1874); y 1856 y 1864, por tratarse de momentos de inflexión de la tendencia en la mayoría de los indicadores considerados. La misma opción y por idénticos motivos se ha tomado en el caso de la función de densidad.

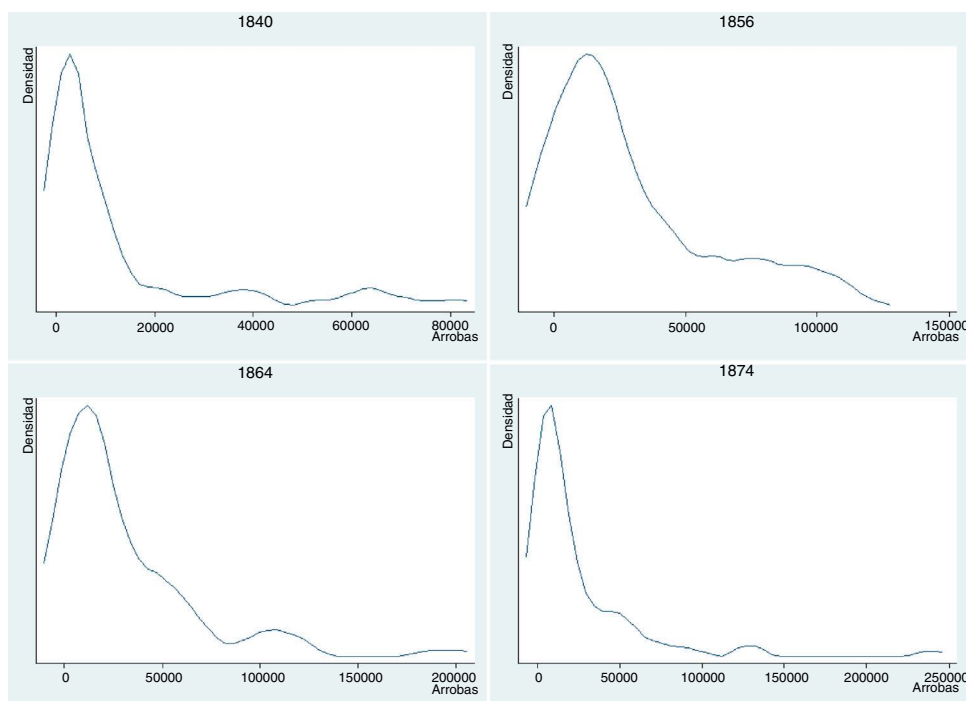


Figura 5. Funciones de densidad de la exportación de jerez (1840, 1856, 1864 y 1874).

Fuente: elaboración propia a partir de Listas.

Otro instrumento útil para estudiar la concentración es la función de densidad, que, aplicada a nuestro caso, representa el porcentaje de extractores (eje de ordenadas) que se encuentra dentro de cada volumen de exportación (eje de abscisas). La figura 5 muestra que, en 1840, la mayor parte de los extractores vendió menos de 20.000 arrobas, existiendo un pequeño porcentaje situado por encima de esa cifra. En 1856, la mayoría de los extractores se situó en el rango de las 50.000 arrobas, indicio del aumento de las ventas de los pequeños extractores. Por otro lado, la mayor altura de la cola más allá de dicho rango prueba el incremento de extractores en la parte alta de la distribución. Ambas variaciones confirman y explican la reducción de la desigualdad este año.

Dos características diferencian la curva de 1864 de la anterior. Primera, el estrechamiento del rango inferior a las 50.000 arrobas, indicativo de la acumulación de extractores en el mismo. Y, segunda, que la cola de la distribución sea más baja y más larga (hasta las 200.000 arrobas). Con otras palabras, mientras la mayoría de los extractores exportó menos, los grandes, cuya proporción bajó, lo hicieron en cantidades crecientes. Todo lo cual denota un aumento de la desigualdad entre 1856 y 1864. Finalmente, en 1874 vemos cómo se repiten, aunque acentuadas, las características de una década antes, con el consiguiente agravamiento de la desigualdad. Las funciones de densidad confirman, por tanto, la evolución mostrada por los indicadores anteriores: reducción de la desigualdad hasta 1856 y aumento de la misma hasta el final de la serie.

El tercer grupo de indicadores lo forman aquellos que analizan las series mediante deciles³¹. El primero de ellos (PM+/PM-), recoge el cociente del promedio de los datos situados por encima de la mediana entre la media de los que se encuentran por debajo de la misma³², y es una medida del poder exportador de los mayores

Tabla 6

Indicadores basados en deciles de la exportación de jerez (1840, 1856, 1864 y 1874)

Año	S80/S20	PM+/PM-	D9/D1	D9/D5	D5/D1
1840	77,6315	13,9738	62,7730	8,3318	7,5341
1845	54,2139	10,7352	63,8710	6,4870	9,8460
1850	47,4757	7,8956	36,1476	4,1424	8,7263
1856	40,1244	7,7659	48,8815	4,5265	10,7991
1864	54,5204	7,9442	48,6690	4,5103	10,7906
1869	71,8605	10,4551	73,2506	5,4031	13,5570
1874	85,6850	10,3578	68,3190	4,8825	13,9927

Fuente: elaboración propia a partir de Listas.

extractores frente a los menores. Por otro lado, el ratio S80/S20, representa el cociente entre el promedio de exportación del 20 por ciento de los mayores extractores, frente al 20 por ciento de los menores. Como la proporción es la misma en los dos casos, este ratio muestra el poder exportador del estrato superior frente al inferior.

Ambos indicadores siguen la misma trayectoria (tabla 6), confirmando el patrón mostrado por los anteriores: pérdida de protagonismo de los mayores extractores hasta 1856 y recuperación posterior. La única diferencia es que el S80/S20 alcanzó el máximo en 1874, mientras que el nivel de PM+/PM- este año era inferior al del comienzo; indicio de la creciente relevancia de los mayores extractores dentro del grupo de los grandes.

El último indicador considerado (D9/D1) resulta de dividir el noveno decil entre el primero. Mide el poder relativo del extractor que ocupa el decil 9 frente al decil 1. Este indicador puede ser descompuesto en el producto de lo que sucede por encima de la mediana, dividiendo el noveno decil entre el quinto (D9/D5), y por debajo de la misma, dividiendo el quinto decil entre el primero (D5/D1). Ello permite analizar la evolución en ambas partes de la distribución, y observar si los cambios en la concentración de las exportaciones se han producido como consecuencia de las

³¹ En estos indicadores seguimos a Goerlich Gisbert (2016, pp. 21-27).

³² Nótese que el número de exportadores puede ser par o impar. En los años en los que esta cifra es par, el índice se ha construido tomando el promedio de la mitad que más exporta en relación al promedio de la mitad que lo hace menos. Sin embargo, en los años impares no se ha considerado la mediana, de manera que el ratio es

el cociente entre el promedio de los valores que se encontraban estrictamente por encima de la mediana y el promedio de los que se encontraban por debajo.

variaciones habidas en ambos lados de la mediana o si, por el contrario, obedecen a la evolución de una de las dos mitades.

Este indicador presenta una mayor volatilidad, pues la aficción de un dato concreto es mayor que en otros en los que el promedio permite atenuar valores atípicos. Por ello, su evolución es menos clara. No obstante, si consideramos el conjunto del periodo analizado, se percibe una tendencia de fondo: el potencial exportador del decil superior aumentó respecto del inferior; es decir, los grandes extractores ganaron poder de mercado respecto a los pequeños. Al descomponer el anterior indicador se comprueba que D9/D5 se redujo entre 1840 y 1874, mientras que D5/D1 creció durante el mismo lapso. Este comportamiento nos permite precisar que el aumento de la desigualdad que se deduce del mismo, se explica por la desigualdad creciente en la mitad inferior de la muestra, es decir, entre quienes menos exportaban.

De lo anterior cabe concluir que la exportación de jerez en estos años fue un negocio abierto, pero en el que resultaba difícil asentarse. Muchos lo intentaron, pero pocos lo lograron. Entrar y, sobre todo, consolidarse en el tomado y, después de 1860, cada vez más constreñido mercado británico, no estaba alcance de cualquiera. Veamos por qué.

6. La consolidación de las grandes bodegas del jerez

Se han señalado las principales limitaciones de la teoría de la competencia monopolística; su aplicación a la exportación del jerez requiere precisiones adicionales. La primera es que la zona de producción de este vino es relativamente pequeña, por lo que el margen para producir con rendimientos decrecientes está limitado por el origen de la materia prima. Segundo, los condicionamientos geoclimáticos hacen que el comercio sea de una sola dirección. No ha lugar, por tanto, a las ventajas derivadas de un aumento de la escala productiva consecuencia del comercio intraindustrial. Pero sí lo hay para obtener rendimientos crecientes como consecuencia del aumento del tamaño de la empresa. En fin, la información microeconómica sobre las empresas exportadoras es muy escasa y, en ningún caso, referida a costes o productividad.

Pese a todo ello pensamos que esta teoría puede ayudar a comprender las variaciones del grado de concentración de la actividad exportadora del jerez a lo largo del periodo estudiado, además de ser una guía útil para las futuras investigaciones sobre la historia empresarial del sector, de las que tan necesitados estamos. Nuestra exposición será meramente cualitativa, por la referida carencia de información microeconómica.

El periodo estudiado (1840-1877) constituye, en su mayor parte –salvo los cuatro últimos años–, una de las etapas más brillantes de la historia del jerez, cuyo inicio se remonta varias décadas atrás. Caracterizado por una notable expansión del volumen exportado –la mayor parte de la producción–, dirigido sobre todo al Reino Unido³³, y un inusitado aumento del precio hasta 1863, cuyo descenso posterior probablemente fuera compensado por el incremento de la cantidad vendida, de modo que el valor total se pudo mantener al alza hasta 1873. Del análisis realizado de la concentración se deduce la existencia de dos etapas, si bien las fechas son orientativas, no precisas. Antes de 1856 cada vez menos exportaron más, reduciéndose las diferencias entre las cantidades exportadas por cada uno; después de ese año aumentaron los exportadores así como la desigualdad entre ellos, sobre todo entre los más modestos, al tiempo que se asentaban los extractores integrantes del C₅. En todo momento, las bodegas exportadoras constituyeron una minoría de las existentes.

Para explicar estas opuestas trayectorias es necesario considerar previamente dos fenómenos siempre presentes. El primero es la rigidez de la oferta a corto y medio plazo, consecuencia de la limitada área de viñedo y la estabilidad de los rendimientos. Esto planteó serios problemas hasta 1874 para abastecer una demanda que crecía más intensa y velozmente de lo que podía hacerlo la superficie plantada. El problema se agravó cuando el oídio diezmo las cosechas y mermó la calidad. La solución adoptada fue recurrir a los caldos foráneos; una decisión estratégica, que acabó teniendo un efecto bumerán sobre el sector.

Desde el lado de la demanda conviene no perder de vista lo difícil que resultaba entrar en el mercado del Reino Unido, el principal del jerez, tomado por los agentes locales, por el férreo control que ejercían sobre el mismo. De modo que la suerte de los exportadores dependió de la estrategia elegida para vender en ese mercado. Había diversas opciones: venta directa, en depósito, en consignación, contra pedido en firme, sistema de agencia, empresa participada o red propia. Todas ellas comportaban riesgos y costes, aunque en distinta medida³⁴. Las más favorables para los extractores eran las tres últimas, pero para acceder a ellas se requería una inversión y un volumen de ventas que solo estaba al alcance de los grandes.

Además hay que tener en cuenta que dentro de la genérica denominación de jerez entraban muchos jereces diferenciados en calidad y precio. En 1864, González Byass comercializaba 34 tipos y exportó 6.512 botas. Producir vinos diferenciados dificultaba la sustitución y otorgaba un cierto poder para fijar precios. Pero no todas los extractores podían ofrecer una gama tan amplia. Ese año, los cinco que menos exportaron vendieron diez botas de media. Así poco podían diversificar; lo cual a su vez les restaba poder de negociación –si es que alguno tenía– con los comerciantes británicos. Es evidente que estamos ante situaciones muy distintas.

Por ello, aunque comporta una simplificación quizá excesiva, por prescindir de situaciones intermedias, consideramos operativa la representación de la realidad que, en la línea propuesta en su día por Fernández de la Rosa, distingue dos tipos de jerez: el natural (de elevada calidad, de lujo y caro) y el combinado (elaborado con una proporción variable de caldos foráneos), un vino bajo, barato³⁵. Dos tipos que dan lugar a dos modalidades diferentes de exportadores: los que solo vendían vinos bajos, que estaban en manos de los compradores británicos, quienes se encargaban de su ulterior comercialización, tras realizar las más variadas mezclas³⁶; y quienes vendían tanto vinos bajos como naturales. La probabilidad de estar en este grupo era directamente proporcional a la escala de producción y solía ir acompañada de sistemas de venta más favorables.

Dicho lo cual cabe preguntarse acerca de las causas que explican los cambios en el grado de concentración de las exportaciones de jerez detectados en el anterior epígrafe. Para ello es preciso considerar las circunstancias específicas que concurrieron en cada una de las dos etapas, cuya linde se sitúa en torno a 1856.

En la primera, el aumento de las exportaciones estuvo acompañado de un descenso del número de extractores, entre los que se configuró el grupo de cinco mayores que ostentó la hegemonía en las siguientes dos décadas. En otras palabras, el alza de la demanda británica, en un contexto de reducción de los aranceles al jerez³⁷, estuvo muy lejos de favorecer a todos por igual. ¿Por qué?

³⁴ Sobre este asunto Maldonado Rosso (1999, pp. 325-336) Maldonado (1999: 325-336).

³⁵ Cabral (1987, pp. 181-182), Simpson (2005, p. 380) refiere la existencia en Gran Bretaña de dos mercados para el jerez: el del de lujo y el del barato.

³⁶ La calidad del jerez barato en el Reino Unido era controlada por los detallistas Simpson (2004, p. 92).

³⁷ Cabral (1987, p. 87) y Simpson (2005, pp. 368-369).

³³ El consumo por cada británico pasó de 1,5 botellas en 1815 a 3 en 1873-76 Simpson (2004, p. 83).

En parte por los avances en la posición de los grandes exportadores ante los comerciantes británicos. Indicio de esto es que González Dubosc –antecedente de González Byass– lograra establecer una red de distribución propia, gracias a la dedicación exclusiva a esta tarea del socio Dubosc, además de varios contratos de agencia, entre otros con Byass (Montañés Primicia, 2000a, pp. 67-74). En la misma dirección va, aunque la naturaleza del fenómeno sea distinta, la asociación temporal, en 1852, de Larios Hermanos, bodegueros de El Puerto, con F. G. Cosens, destacado comerciante británico de vinos, con una joven bodega en Jerez (Jiménez Blanco, 2009).

Sin embargo, creemos que el fenómeno se explica, sobre todo, por la mencionada rigidez de la oferta, incapaz de seguir el ritmo de crecimiento de la demanda; un problema agravado en la década de 1850 tras la aparición del oídio. La consecuencia fue un aumento tendencial de los precios del mosto, especialmente acusado entre 1855 y 1863, cuando se multiplicaron por cinco. El encarecimiento de la materia prima afectaba a todos, pero de forma inversamente proporcional al tamaño de la bodega. Primero porque podían obtener descuentos por el mayor volumen de compras. Y, segundo, porque los grandes exportadores tendieron a extenderse verticalmente hacia atrás, incorporando el almacenaje y comprando viñas. Lo que reducía los costes de transacción y les aseguraba el abastecimiento de una parte de la materia prima³⁸.

El problema de escasez trataron de solucionarlo comprando vinos fuera de la zona, como venían haciendo desde tiempo atrás, pero ahora en mayor medida; aunque esto es una suposición porque no disponemos de información ni del transporte por carretera ni del de cabotaje, pues las estadísticas del comercio de cabotaje de España comienzan en 1857. Es probable, sin embargo, que la tendencia ascendente de las entradas de vino en la bahía de Cádiz entre 1857 y 1872 viniera de atrás³⁹.

En cualquier caso, la compra de vinos foráneos también comportaba un aumento de los costes, cualquiera que fuera el medio de conducción. Y, de nuevo, la situación era tanto más favorable cuanto mayor fuese el volumen de compras por los descuentos que podían obtener y por el menor coste unitario del transporte. He aquí otro motivo del descenso del número de exportadores y el simultáneo reforzamiento de los grandes, quienes mejoraron su posición tanto como compradores como vendedores.

La segunda fase se inicia con una trascendente novedad en todos los ámbitos del negocio del jerez. Nos referimos a la construcción del ferrocarril. Primero fue la culminación de la línea Jerez-Trocadero (lugar del embarque en la bahía de Cádiz) en 1856. Cuatro años más tarde entraba en funcionamiento la línea Sevilla-Jerez. Como Sevilla ya estaba conectada con Córdoba, resultó que, en 1860, el Marco de Jerez quedó unido por ferrocarril con dos importantes zonas de aprovisionamiento de vinos foráneos: Montilla y el Aljarafe sevillano; con la consiguiente reducción de los portes.

Esto favoreció especialmente a la ciudad de Jerez, y ayuda a comprender la hegemonía final de esta en el negocio, porque, por una parte, estaba mejor situada para recibir los vinos foráneos por vía terrestre, compensando la desventaja que tenía antes respecto de El Puerto en cuanto a los vinos navegados. Por otra, porque dejaba de depender de El Puerto para sus exportaciones. Aparte de tener mayor superficie de viñedo.

El ferrocarril, el temprano éxito en la lucha contra el oídio y la expansión de la superficie permitieron aumentar la oferta de vino, tanto autóctono como foráneo, lo que explica en parte –pues también hubo señalados cambios en la demanda, que comentaremos a continuación– el descenso de los precios del mosto después de 1864. Además, la mayor disponibilidad y baratura del vino propició el aumento del número de exportadores que se observa a partir de 1856, sobre todo pequeños y medianos.

Otra novedad importante concerniente a la oferta fue la creación del Banco de Jerez en 1860, que operó en esta ciudad hasta 1874. Una entidad muy ligada al negocio del vino como se deduce del nombre de algunos accionistas y equipo directivo. Entre los primeros destacan Manuel María González y Ventura Misa, socios también de las dos primeras empresas exportadoras en 1869 (tabla 2). Además, González fue director del banco entre 1862 y 1868⁴⁰. Si la probabilidad de obtener crédito es, en general, directamente proporcional al patrimonio, estas personas contaban con la ventaja adicional de poder influir en la decisión. Lo que les pudo favorecer, por la reducción de sus costes financieros, respecto de otros exportadores.

El aumento de la cantidad exportada estuvo acompañado de una merma de la calidad, consecuencia del empleo de vinos foráneos y de que donde más viñas se plantaron fue en los barros y arenas, las tierras que daban peores mostos. Un problema que arrastró el jerez durante mucho tiempo e impidió la creación de una marca genérica, que asociara el vino con la zona de producción, y la otorgara un marchamo de calidad.

Una baza que habría sido importante en la coyuntura del mercado británico posterior a 1860, caracterizada por la decantación de los consumidores hacia vinos menos alcohólicos y más ligeros, por la regulación del comercio detallista y, sobre todo, por el acercamiento político a Francia, plasmado en el tratado comercial Cobden-Chevalier, que abrió la puerta del mercado británico a los vinos franceses, al tiempo que se le entornaba al jerez, tras el aumento del arancel derivado del establecimiento de la escala alcohólica en 1861.

En este contexto sorprende el incremento del número de exportadores hasta 1872 (fig. 3). Esto creemos que se puede explicar porque el mayor coste derivado del nuevo arancel se compensó con la reducción del precio del vino en origen y, quizá, del coste de transporte. Ahora bien, se trataba de pequeños y medianos extractores que exportaban principalmente vinos baratos, con los que los comerciantes británicos hacían las más diversas mezclas y emboteaban y vendían con sus propias marcas, lo que explica la variedad de tipos de sherry existentes en Gran Bretaña⁴¹.

Esta intermediación así como la fuerte competencia, pues todos los exportadores vendían jereces baratos, permiten comprender que el aumento de la demanda sea compatible con el descenso general de los precios habido después de 1863. Este, sin embargo, no es el caso de González Byass, el principal exportador –y el único para el que tenemos información ad hoc–. Si comparamos las listas de precios de sus vinos de 1864 y 1878 resulta que, para todos aquellos incluidos en ambas, las cotizaciones son idénticas, y ello pese a que el segundo de dichos años corresponde a una fase de recesión⁴². Por lo que no cabe descartar que, antes de 1873, hubiera incluso subidas.

Aunque no fuera así, la información disponible avala la hipótesis de que el aumento de la demanda en esta segunda etapa no afectó a todos los exportadores por igual. Los pequeños sufrieron las consecuencias de la competencia y de su debilidad ante los importadores británicos. Los grandes, que jugaban al menos dos partidas a la vez,

³⁸ Así, por ejemplo, la primera compra de viñas de González Byass data de 1849; las adquisiciones continuaron hasta llegar a las 117 hectáreas en 1860 y a las 150 en 1877. Todas ellas en buenos pagos de albarizas (Montañés Primicia, 2000, pp. 280-281).

³⁹ Cárdenas del Rey, Carrera y Vitriago Valdivielso (2015). Las entradas procedían mayoritariamente del Mediterráneo, lo que hace suponer que se trataba de caldos catalanes y valencianos.

⁴⁰ Montañés (2016, p. 455).

⁴¹ Simpson (2004 y 2005).

⁴² Montañés (2000a, pp. 263-264).

ganaron en ambas. En la de los vinos baratos porque compensaban con cantidad y menores costes lo que perdían en precio; en la de los vinos de calidad porque habían conseguido hacerse sus nichos de mercado mediante la diferenciación de sus caldos, muy ligada a la estrategia de venta. Ello les aislaba relativamente de la competencia y, en la misma medida, les permitía fijar precios. A partir de 1874, la coyuntura empeoró para todos, pero no es por casualidad que los cinco primeros exportadores siguieran siendo los mismos una década después.

7. Conclusiones

El comercio exterior es fundamental para comprender la historia de la vitivinicultura jerezana, porque la mayor parte de la producción se vendía en mercados foráneos. El jerez fue, asimismo, una de las principales fuentes de divisas para la economía española en el siglo XIX, así como de trabajo, renta y riqueza para el Marco de Jerez. Durante mucho tiempo, el primer mercado, con diferencia, fue el británico. Un mercado que demandó cantidades crecientes de jerez hasta 1873, decayendo después, pero sin dejar de ser hegemónico. Un mercado donde era fácil colocar la mercancía en la aduana –siempre hubo que pagar aranceles– pero donde una tupida red de comerciantes locales obstaculizaba el acceso al consumidor final. Por ello, la suerte de los exportadores dependía mucho de la estrategia de comercialización.

Exportadores cuyos nombres y cantidades se recogen de forma individualizada en las Listas de extractores –principal fuente de este trabajo–, publicadas anualmente para Jerez y El Puerto hasta 1877. Esto permite realizar un análisis nominativo del grado de concentración de esta actividad económica y del resultado obtenido por cada uno de los participantes. Un caso único, porque lo habitual en este tipo de estudios, tanto históricos como contemporáneos, es trabajar con muestras. La suerte, sin embargo, no acompaña a la hora de explicar ese resultado porque la información necesaria sobre las empresas protagonistas escasea.

La amplia gama de indicadores estadísticos empleados muestra que, a pesar del crecimiento continuado de las exportaciones de jerez, hubo dos etapas en cuanto a número de extractores y grado de concentración de las cantidades exportadas. En las décadas de 1840 y 1850, al mismo tiempo que se reducía el número aumentaba la concentración y se conformaba el grupo de las cinco mayores bodegas; grupo que se hizo con la hegemonía a partir de 1860, pese a que el aumento de exportadores, sobre todo pequeños, provocara la dispersión de las ventas.

Detrás de esta trayectoria hay motivos tanto de oferta –escasez relativa de la materia prima– como de demanda –cambios en la política arancelaria británica– que afectaban a todos los exportadores por igual. Empero, la suerte de estos fue disímil. Ello se explica porque sus curvas de costes y de demanda diferían según el tamaño y el nivel de capitalización del negocio. Cuanto mayor fuera más posibilidades tenía de asegurarse, en parte, el abastecimiento de la materia prima, adquiriendo viñas; producirla más barata, mediante el fortalecimiento de su poder de negociación con los vendedores de caldos foráneos y con los almacenistas locales; ampliar la gama de productos ofertados; y disponer de vías privilegiadas de acceso al crédito, interviniendo como propietarios o gestores en entidades financieras, creadas en Jerez a mediados del siglo XIX.

Asimismo, el tamaño resultaba decisivo para absorber los costes hundidos derivados de la exportación y establecer estrategias de comercialización en el mercado británico que, pese a su alto coste, les permitieran retener mayor valor añadido. En suma, las diferencias se explican porque, durante la fase expansiva del negocio del jerez iniciada a finales del siglo XVIII y que, con el paréntesis de la Guerra de la Independencia, llega hasta 1873, se fue configurando

una situación de competencia monopolística en el mercado británico, que cristalizó en torno a 1860, y propició la consolidación de un grupo de grandes empresas, algunas de las cuales se mantenían a la cabeza del sector un siglo después.

Una situación que, por una parte, generó una red empresarial abierta al exterior y dinámica, que atrajo capital y población, contribuyendo a generar uno de los sistemas empresariales más destacados de Andalucía. Pero, por otra, agravó la desigualdad social y reforzó la oligarquía de base agraria que dominaba políticamente el municipio desde tiempo atrás. Ello ayuda a comprender que, cuando a la crisis de la vitivinicultura, iniciada en 1874, se sumó la de las explotaciones cerealeras, cuyos efectos recayeron principalmente sobre la población asalariada, se exacerbaba la conflictividad social, siempre latente, dando lugar a algunos de los más graves episodios de violencia y represión vividos en España a finales del siglo XIX.

Bibliografía

- Andrés Álvarez, V., 1941. *Las balanzas estadísticas de nuestro comercio exterior*. En: Velarde Fuertes, J. *Lecturas de economía española*. Gredos, Madrid, pp. 550–565.
- Andrés Álvarez, V., 1943. *Historia y crítica de los valores de nuestra balanza de comercio. Moneda y Crédito*. En: Velarde Fuertes, J. *Lecturas de economía española*. Gredos, Madrid, pp. 536–549.
- Aroca Vicenti, F., 2007. *De la ciudad de Dios a la ciudad de Baco. La arquitectura y urbanismo del vino de Jerez*. Libros El Laberinto, Cádiz.
- Cabral Chamorro, A., 1987. *Observaciones sobre la regulación y ordenación del mercado del vino en Jerez de la Frontera, 1850-1935. Los antecedentes del consejo regulador de la denominación de origen «Jerez-Xérès-Sherry»*. *Agricultura y Sociedad*, 44, 171–197.
- Cabral, L., 1997. *Economía industrial*. McGraw-Hill, Madrid.
- Cárdenas del Rey, L., Carrera, A., Vitriago Valdivielso, L., 2015. *El comercio de cabotaje del vino de jerez en el siglo XIX: un análisis cuantitativo*. *Documentos de trabajo de la Sociedad Española de Historia Agraria (DT-SEHA)*, 1502.
- Fernández-Pérez, P., 1999. *Challenging the loss of an empire: González & Byass of Jerez*. *Business History*, 41 (4), 72–87.
- García Quevedo de la Barrera, J., 1970. *Economía del jerez*. *Gráficas del Exportador. Jerez de la Frontera*.
- Goerlich Gisbert, F.J., 2016. *Distribución de la renta, crisis económica y políticas redistributivas*. Fundación BBVA, Bilbao.
- González y Álvarez, F., 1878. *Apuntes sobre los vinos españoles*. Madrid.
- González Gordon, M.M., 1970. *Jerez-Xerez-Sherish. Noticias sobre el origen de esta ciudad, su historia y su vino*. Jerez de la Frontera.
- 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*. *Revista de Historia Económica*, XIX (2), 383–414.
- Hummels, D., Klenow, P.J., 2005. *The variety and quality of a Nation's Exports*. *American Economic Review*, 95 (3), 704–723.
- Jeffs, J., 1994. *El vino de Jerez*. Universidad de Cádiz, Cádiz.
- Jiménez Blanco, J.I., 2009. *Capital español, beneficios británicos: una gran bodega jerezana del siglo XIX*. *Revista de Historia de Jerez*, 133–156, 14–15.
- Krugman, P.R., Obstfeld, M., Melitz, M.J., 2016. *Economía internacional. Teoría y política*, 10.ª ed. Pearson, Madrid.
- Lignon-Darmillac, S., 2004. *Les grandes maisons du vignoble de Jerez (1834-1992)*. Casa de Velázquez, Madrid.
- Lizaur, D., 1877. *Breves apuntes sobre el cultivo de la vid y fabricación del vino en la provincia de Cádiz*. *Gaceta Agrícola del Ministerio de Fomento*, V, 717–728.
- López Estudillo, A., 1992. *La vid y los viticultores de Jerez, la crisis comercial y el impacto de la filoxera: un campo abierto a la investigación*. *Revista de Historia de Jerez*, 1, 43–71.
- Maldonado Rosso, J., 1999. *La formación del capitalismo en el Marco de Jerez. De la vitivinicultura tradicional a la agroindustria vinatera moderna (siglos XVIII y XIX)*. Huerga y Fierro, Madrid.
- Martín-Pliago, F.J., Ruiz-Maya Pérez, L., 2006. *Fundamentos de probabilidad*. Thomson, Madrid.
- Melitz, M.J., 2003. *The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity*. *Econometrica*, 71 (6), 1695–1725.
- Melitz, M.J., Ottaviano, G.M., 2008. *Market size, trade, and productivity*. *Review of Economic Studies*, 75, 295–316.
- Mena y Sobrino, R., 1900. *Reseña de las bodegas de Jerez*. Jerez de la Frontera.
- Montañés Primicia, E., 2000a. *La empresa exportadora del Jerez*. *Historia económica de González Byass, 1835-1885*. González Byass y Universidad de Cádiz. Jerez de la Frontera.
- Montañés Primicia, E., 2000b. *El vino de Jerez en el sector exportador español, 1838-1885*. *Revista de Historia Industrial*, 17, 189–209.
- Montañés Primicia, E., 2001. *Los exportadores de del Jerez, 1835-1886*. En: Carmona, J., Colomé, J., Pan-Montojo, J., Simpson, J. (Eds.), *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española. 1850-1936*. Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, pp. 187–208.

- Montañés Primicia, E., 2016. El banco de Jerez de la Frontera (1859-1874). En: Sudriá, C., Blasco-Martel, Y. (Eds.), La pluralidad de emisión en España, 1844-1874. Fundación BBVA, Bilbao, pp. 453–473.
- Montañés Primicia, E., 2017. La industria vinícola del jerez y la replantación del viñedo, 1894-1914: una aportación de historia empresarial. *Historia Agraria*. 71, 143–173.
- Myro Sánchez, R., 2013. Fortalezas competitivas y sectores clave en la exportación española. Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- Pan-Montojo, J., 1994. La bodega del mundo. La vid y el vino en España (1800-1936). Alianza y MAPA, Madrid.
- Parada Barreto, D., 1868. Noticias sobre la historia y estado actual del cultivo de la vid y del comercio vinatero de Jerez de la Frontera El Guadalete. Jerez.
- Pemartín, J., 1965. Diccionario del vino de Jerez. Gustavo Gili, Barcelona.
- Pérez Ruilópez, M.J., 2009. Estudio histórico econométrico de las exportaciones en cantidades de vino de Jerez de los años 1700 a 1998 (tesis doctoral). Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pérez Serrano, J., Román Antequera, A., 2009. La salida marítima en el Marco del Jerez: transporte fluvial y ferroviario, ζopuestos o complementarios. En: V Congreso de Historia Ferroviaria, Palma de Mallorca, Madrid.
- Quirós, F., 1962. El comercio de los vinos de Jerez. *Estudios Geográficos*. 82, 29–44.
- Ramón i Muñoz, R., 2000. La exportación española de aceite de oliva antes de la Guerra Civil: empresas, mercados y estrategias comerciales. *Revista de Historia Industrial*. 17, 97–151.
- Rubio Mondéjar, J.A., Garrués Irurzun, J.G., 2017. Sistemas empresariales locales y territorios de progreso en Andalucía, 1886-1959. *Revista de Historia Industrial*. 68, 81–117.
- Simpson, J., 1985. La producción de vinos en Jerez de la Frontera, 1850-1900. En: Martín Aceña, P., Prados de la Escosura, L. (Eds.), La nueva historia económica en España. Tecnos, Madrid, pp. 166–191.
- Simpson, J., 2004. Selling to reluctant drinkers. *The British wine market, 1860-1914. The Economic History Review*. 57 (1), 80–108.
- Simpson, J., 2005. Too Little regulation? The British market for sherry, 1840-90. *Business History*. 47 (3), 367–382.
- Simpson, J., 2011. *Creating wine. The emergence of a world industry, 1840-1914*. Princeton University Press, Princeton.
- Zapata Blanco, S., 1986. La producción agraria de Extremadura y Andalucía Occidental, 1875-1935. Universidad Complutense, Madrid.