

## El vino de Jerez en el sector exterior español, 1838-1885

● ENRIQUE MONTAÑÉS  
Universidad de Cádiz

Durante buena parte del siglo XIX, la exportación de alimentos permitió financiar las importaciones necesarias para impulsar el proceso de industrialización. En ese periodo, algunos productos de la industria alimentaria, como el jerez, alcanzaron un destacado papel en el sector exterior español. En este artículo se realiza una reconstrucción del valor de las exportaciones del jerez durante la etapa de su esplendor comercial. En primer lugar, se revisan y completan las cifras sobre cantidades exportadas. Posteriormente, se aborda la cuestión de los precios del jerez. Se parte de la diferencia radical entre el mosto, el producto resultante de la fase agrícola, y el jerez, el producto elaborado tras la fase de crianza (industrial). Con la documentación contable de una de las más representativas empresas exportadoras del sector, González Byass, se reconstruye una serie de los precios del jerez. Con ambas series se obtiene un mejor conocimiento de las coyunturas comerciales del jerez y una más adecuada comprensión de su papel en el sector exterior español.

### Las exportaciones del jerez, 1822-1935

Las series históricas sobre la exportación del jerez son conocidas y utilizadas con frecuencia, pero, sin embargo, no han sido suficientemente contrastadas. Las cifras que recopiló González Gordon<sup>1</sup> sobre las exportaciones del vino de Jerez se han citado en la mayor parte de los estudios sobre el tema. Para construir esa serie tomó las cantidades que figuraban en las renombradas Listas de Exportación, documentos que se publicaban anualmente con la información recogida en la Aduana. Sin embargo, como ha señalado Maldonado<sup>2</sup>, es una serie incompleta puesto que solamente recogió las exportaciones realizadas por las empresas situadas en Jerez de la Frontera.

1. González Gordon (1970), pp. 113-123.
2. Maldonado (1996), p. 372.

Para tener una idea más completa de la evolución del sector es necesario incluir las exportaciones efectuadas por las empresas localizadas en El Puerto de Santa María. Maldonado ha conseguido reconstruir esa exportación conjunta para el periodo 1823-1844, a partir de las listas conservadas en el Archivo Histórico de Sandeman<sup>3</sup>. En la medida de lo posible, he tratado de continuar esa labor con el objetivo, al menos, de completar todo el siglo XIX. Para ello he utilizado las Listas de Exportación conservadas en el archivo del Consejo Regulador (hasta 1877), que he completado con las cifras suministradas por Cancela Ruiz (hasta 1887)<sup>4</sup>.

Únicamente existen tres años en los que ni se han conservado las Listas, ni Cancela Ruiz nos proporciona datos válidos. Pero contamos, por otro lado, con las Estadísticas de Comercio Exterior que desde 1849 nos ofrecen de forma regular las exportaciones de vino de Jerez. Éstas últimas se aproximan bastante a la suma de las cifras que proporcionan las Listas de Jerez y El Puerto de Santa María. Entre 1849 y 1857 los datos de las Estadísticas de Comercio Exterior superan en un 15 % a los proporcionados por las Listas de Exportación. Pero entre 1862 y 1884 la diferencia es apenas del 1 %. Para los años en los que no contamos con las Listas de Exportación de El Puerto de Santa María, he calculado su exportación a partir de la diferencia entre la cantidad global contemplada en las Estadísticas de Comercio Exterior y la señalada para Jerez en las Listas de Exportación.

Desgraciadamente, a partir de 1888 no es posible seguir esa pauta. Desde 1878 las Listas de Exportación ya no se publicaron, fundamentalmente debido a la oposición de la mayoría de los exportadores, Cancela Ruiz dejó de señalar los datos de la exportación conjunta desde 1887, y las Estadísticas de Comercio Exterior recogieron a partir de 1889 cantidades que son casi siempre inferiores a las recopiladas por González Gordon para Jerez entre 1889 y 1935. En definitiva, hoy podemos utilizar una serie de exportaciones más completa hasta 1887 (recogida en el apéndice 1), y la considerada de Jerez entre 1889 y 1935. Prefiero seguir empleando los datos de González Gordon entre 1889 y 1935 porque están extractados de las Listas de Exportación, durante ese periodo no públicas, y se aproximan con bastante fidelidad a las ventas reales de las empresas. He podido comprobar que las cantidades asignadas a González Byass en las Listas de Exportación se acercan bastante a las ventas reflejadas en los libros de contabilidad de dicha empresa exportadora.

Se pueden yuxtaponer ambas series para apreciar la evolución comercial del jerez a lo largo de más de un siglo. Si consideramos todo ese periodo como un ciclo de larga duración, inmediatamente se aprecia una fase expansiva hasta 1873 y otra nítidamente recesiva hasta por lo menos 1924. El crecimiento durante esa larga fase expansiva fue muy notable: se alcanzó una tasa media de crecimiento anual del seis por ciento, mientras que en la otra fase, entre 1874 y 1935 apenas superó el uno por ciento<sup>5</sup>. Parece indiscutible que la configuración y consolidación del sector exportador, de la mayor parte de su tejido empresarial, se efectuó durante esa fase alcista. También es evidente que la tra-

3. Maldonado (1996), pp. 376-378.

4. Cancela Ruiz (1888), p. 177.

5. Para el cálculo de la tasa de crecimiento he tomado los datos de Jerez y el Puerto de Santa María para el periodo 1822 a 1873, y los de Jerez (que representaban el 75 % del sector desde los años ochenta) para 1874 a 1935.

vectoria comercial del jerez entre 1822 y 1885 estuvo indisolublemente ligada a su evolución en el mercado británico<sup>6</sup>. La mayor parte de la exportación de jerez se dirigió hacia ese mercado. A su vez, el jerez protagonizó la casi totalidad de la importación británica de vinos españoles. La similitud de las cifras de las exportaciones de jerez y las importaciones británicas de vinos españoles nos confirman esa realidad<sup>7</sup>. Por ello, y durante buena parte del periodo estudiado, las tasas de crecimiento de las importaciones británicas de vinos españoles coinciden con las tasas de las exportaciones de jerez.

El resultado de una expansión tan prolongada de las exportaciones permitió el incremento de la cuota de mercado en Gran Bretaña. Los vinos españoles representaban el 33 % del total de la importación británica de vinos entre 1822 y 1834, por detrás del 46 % que alcanzaban los vinos portugueses, y a clara distancia de los vinos franceses que significaban el 5 %. En las décadas siguientes, la importación de vinos españoles, el jerez fundamentalmente, siguió aumentando con mayor intensidad que el conjunto de la importación. En el momento de mayor auge, durante el periodo 1855-69, los vinos españoles llegaron a representar hasta el 44 % del total de la importación británica de vinos, relegando a los vinos portugueses hasta el 25 % y aún muy por encima del 17 % de los vinos franceses.

En la etapa entre 1870 y 1886 se quebró la tendencia ascendente de los vinos españoles en el mercado británico. En un contexto de creciente disminución de las importaciones británicas de vino, la tasa de crecimiento anual se situó en el -1 %, las importaciones de vinos españoles sufrieron un recorte aún más drástico: la tasa de crecimiento anual llegó hasta el -3 %. La cuota en el mercado británico disminuyó por primera vez en casi medio siglo hasta situarse en el 35 %, muy cerca ya del 34 % logrado por los vinos franceses que consiguieron superar a los vinos portugueses (un 21 %). El retroceso de los vinos españoles en este periodo generó, ya en aquel momento, un vivo debate sobre las causas que lo indujeron. Para los exportadores del jerez uno de los problemas fundamentales radicaba en el régimen arancelario británico respecto a los vinos<sup>8</sup>.

Resulta difícil comprender los lamentos de los exportadores en esa década de los ochenta si no consideramos el problema fundamental de los precios del jerez. Si nos fijamos únicamente en las cantidades exportadas, el periodo entre 1876 y 1885 supuso un retroceso del 28 % respecto a la etapa 1866-1875, pero se situó en niveles similares a los del periodo más brillante del jerez, entre 1856 y 1865. El problema derivaba de los precios alcanzados por el jerez en el mercado británico y del consiguiente valor de las ventas. Las fluctuaciones de los precios fueron determinantes para marcar las expectativas de todo el sector del jerez. Pero hasta ahora no contábamos con ninguna serie histórica con-

6. Una descripción de las coyunturas comerciales del jerez en: Simpson (1985), Núñez (1985), Cabral Chamorro (1987), López Estudillo (1992) y (1993), Pan Montojo (1994), Maldonado (1996).

7. En efecto, si se comparan las importaciones de vinos españoles recopiladas por Wilson (1940), pp. 361-363, con las exportaciones de jerez proporcionadas en este trabajo, se observa una gran coincidencia. Para todo el periodo mencionado, entre 1822 y 1885, el mercado británico vendría a representar entre el 85 % y el 90 % de las ventas de jerez, aunque con fluctuaciones según las coyunturas.

8. La incidencia del régimen fiscal británico en los vinos españoles a partir del establecimiento de la escala alcohólica en González Álvarez (1878), p. 186.

trastada de precios del jerez que nos permitiera aproximarnos al valor de las exportaciones. El análisis de la documentación de González Byass, empresa muy representativa del sector, me ha permitido reconstruir una serie de precios del jerez que amplía nuestros conocimientos sobre la evolución del sector.

### El vino comercializado en los mercados exteriores: del mosto al jerez

Como ha sido suficientemente resaltado, los vinos de Jerez destacan por su gran variedad de tipos<sup>9</sup>. Un numeroso conjunto de factores (desde el tipo de suelo en el que se encuentren las viñas, hasta las condiciones de la vendimia o la crianza) genera una notable diversidad de los vinos. Además, el cambio en los procesos de comercialización desde finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX también contribuyó a profundizar esa situación de partida. Maldonado<sup>10</sup> nos ha descrito con claridad las líneas fundamentales de esta transformación. El comercio tradicional de mostos, vinos sobre lías (que ha sufrido ya la denominada fermentación tumultuosa) o vinos en claro (que también ha sufrido una fermentación lenta y ha sido separado de las lías o heces), irá siendo progresivamente ampliado con exportaciones de vinos más envejecidos y elaborados.

Esas novedades progresaron en la medida en que se incrementaron los almacenados, en contra de las disposiciones y normativas gremiales (Gremio de Vinatería), y se afianzaron los nuevos métodos de crianza, sobre todo el sistema de soleras. En el año 1835 las restricciones gremiales habían sido ya suprimidas, y los exportadores eran ya una de las piezas básicas del sector puesto que habían conseguido intervenir en la fase de la elaboración y preparación de los vinos, de acuerdo con los gustos y exigencias de los consumidores.

Numerosos autores han dado cuenta del proceso de crianza de los vinos de Jerez, precisamente a partir del sistema de soleras que al parecer se consolidó durante este primer tercio del siglo XIX<sup>11</sup>. Como nos sugiere Pemartín, el sistema de soleras parece «una original y perfeccionada evolución del sistema de añada<sup>12</sup>». La crianza por el sistema de solera se inicia a partir de la selección de un determinado tipo de vino que destaca por su calidad y madurez. Cuando dicho vino ha experimentado un periodo de crianza adecuado para alcanzar la personalidad deseada, se supone que como mínimo entre tres y cuatro años, comienzan las extracciones para su comercialización en el mercado.

El vacío generado en la bota por las cantidades extraídas es cubierto por un vino del mismo tipo pero más joven (con frecuencia de la cosecha posterior). Tenemos así una primera *escala* del sistema, la denominada *solera* y que se encuentra en el suelo, y una segunda escala, llamada *criadera*, a la que se pueden añadir otras escalas hasta completar el número de años que tenía la primera escala, la solera, en el momento en que

9. González Gordon (1970), p. 360.

10. Maldonado (1996).

11. González Gordon (1970), Boutelou (1807), Parada y Barreto (1862), Maldonado (1996).

12. Pemartín (1965), p. 198.

comenzaron las extracciones iniciales. Practicado de forma estricta el sistema de solera permite suministrar al mercado un vino uniforme con una calidad constante. Si la selección del vino para alimentar la solera y las criaderas es la adecuada, se obtiene como resultado un vino cuya excelencia puede prolongarse indefinidamente. El requisito fundamental para aprovechar las virtualidades del sistema de solera es el necesario control de las extracciones anuales de la solera (*sacas*): no deben superarse determinados límites, puesto que si se extraen cantidades excesivas la calidad del vino se resentirá a medio y largo plazo.

A lo largo del primer tercio del siglo XIX el sistema de solera fue desarrollado por numerosos almacenistas y exportadores. Algunos visitantes, como el australiano Busby, ya destacaron la existencia de esos grandes almacenados. Aunque Busby subraya la finalidad especulativa del vino acumulado, «lo mantienen hasta que la demanda lo va requiriendo<sup>13</sup>», no era ese el objetivo fundamental del sistema de solera. Era evidente que dicho sistema permitía un mejor aprovechamiento de las fluctuaciones anuales de la demanda, pero su principal finalidad era la de garantizar un vino uniforme de calidad constante. De tal manera que si algún almacenista o exportador sucumbía a las tentaciones de una demanda elevada y realizaba extracciones ilimitadas de sus soleras, la calidad de sus vinos comercializados se resentiría y no tardaría en perder el terreno ganado en una determinada coyuntura.

Los métodos de crianza desarrollados tendieron a impulsar los principales tipos de vino de la zona: finos, olorosos, dulces... De esta manera, la orientación más general fue la de crear soleras diferenciadas de los vinos más característicos para alcanzar una cierta homogeneización entre los vinos obtenidos de diferentes cosechas. A lo largo del proceso de crianza los vinos podían ser encabezados (se añadía alcohol vínico), cabeceados (mezclados con otros tipos de vino), o arropados (fortalecidos con arrope o sancocho<sup>14</sup>). En la última fase de preparación de los vinos para la exportación, de nuevo las posibilidades y variedades de los vinos se ampliaban extraordinariamente. Los vinos en claro, o los vinos procedentes de las soleras se sometían a nuevos cabeceos (mezcla con otros vinos) de acuerdo con infinitas combinaciones, con el objetivo de atender a los innumerables gustos y exigencias de los consumidores, fundamentalmente británicos<sup>15</sup>. Tras el proceso de crianza y de elaboración, la fase industrial propiamente dicha, el jerez era un producto cualitativamente diferente del mosto del que procedía. De hecho, la distancia entre los precios medios del mosto de cada año y el jerez comercializado era muy considerable: el precio medio del mosto equivalía a un treinta por ciento del precio medio del jerez vendido en los mercados exteriores.

La gama de vinos comercializados era inmensa, e incluso se atendían pedidos a partir de muestras enviadas que posteriormente se clasificaban en el cuarto de muestras.

13. Busby (1834), Traducción en Morilla Critz (1997), p. 268.

14. El arrope se elabora calentando el mosto hasta que su volumen se reduce a la quinta parte. Si la reducción llega a la tercera parte, entonces se le denomina sancocho. Permatín (1965), p. 23.

15. Parada y Barreto (1868), p. 136, observó que «... los vinos de Jerez que se exportan de la localidad son generalmente el resultado de diversas combinaciones verificadas con las distintas especies que encierran las bodegas: y así es que se presentan en los mercados con una infinita variedad de precios».

Como nos recuerda González Gordon<sup>16</sup>, el pedido exterior indicaba el tipo, la clase y el precio del vino solicitado, que se intentaba atender a partir de las existencias de cada exportador. Por lo tanto, determinar exactamente el tipo de vino comercializado es prácticamente imposible. Podemos, sin embargo, establecer algunas aproximaciones que sean de interés para conocer mejor la trayectoria del sector a partir de los precios medios de venta. Como ha señalado Maldonado<sup>17</sup>, existía una clasificación, bastante generalizada entre los exportadores, de los precios de los vinos en función del coste del proceso de crianza (vejez) o de elaboración. En dichas listas encontramos varios tipos de vino clasificados del 1 al 10, con precios que crecían progresivamente desde las catorce libras por bota a las setenta. En principio podemos suponer que la elevada presión fiscal en la aduana británica impulsaba a los *wine merchant* a importar jerez barato para no sufrir una reducción drástica de sus márgenes.

Pero con el paso de los años las empresas exportadoras no se limitaron a esos vinos de exportación establecidos. Sin dejar de atender los pedidos a medida, los exportadores intentaron introducir un conjunto de vinos característicos de cada empresa. Podemos estudiar esta tendencia en la documentación de González Byass. En los inventarios anuales, en el apartado denominado vinos de extracción o preparados, o en las listas de precios enviadas a los agentes o clientes, se reflejan los tipos y clases de vino que la empresa ofrecía. Siguiendo la misma clasificación que observamos en la lista de precios de 1864<sup>18</sup>, los vinos más baratos, los «*common wines*», se ofrecían a unos precios entre 24 y 32 libras la bota. El siguiente grupo de vinos era el de los tradicionales «*sherries*» enumerados del 1 al 7 en sus diferentes tonalidades (*pale, golden, brown*). Este amplio grupo lo encontramos subdividido en los «*good sherries*» (los comprendidos entre el número 1 al 4), y los «*fine old sherries*» (del 5 al 7). El precio de los primeros oscilaba entre las 40 y las 58 libras por bota, mientras que los segundos se situaban entre las 64 y las 76 libras. La gama de vinos comercializados incluía también otros vinos preparados con una denominación singular (*royal pajes*), o con marcas conocidas, como Romano. Este grupo de vinos, también con diferentes presentaciones, se ofrecían a unos precios entre 50 y 80 libras.

Quizás lo más novedoso eran los esfuerzos por comercializar los «*natural sherries*». Dentro de este grupo se ofrecían los característicos vinos de Jerez (olorosos, finos y amontillados) con la menor «preparación» posible, es decir, con el encabezamiento mínimo para que los vinos llegaran en adecuadas condiciones a Gran Bretaña. Los precios de estos vinos no eran precisamente bajos: se situaban entre las 80 y las 150 libras por bota. Por último, los «*vintage sherries*», vinos añejos de cosechas destacadas, alcanzaban precios astronómicos entre las 100 y las 250 libras la bota (a este último precio se ofrecía un vino de 1809).

En los años setenta se redobló esa tendencia a diversificar y ampliar las listas de vinos. En la lista de González Byass de 1878 se incrementó el número de los *cheap sherries* (vinos procedentes de viñas de arenas o barros de Jerez y El Puerto de Santa María, de 18 a 32 libras la bota); crecieron las especialidades de la empresa (finos entre 40 y 100

16. González Gordon (1970), p. 360.

17. Maldonado (1996), p. 201.

18. Montañés (2000), p. 263.

libras la bota, olorosos entre 60 y 120 libras la bota); y aumentaron también los vinos comercializados de otras zonas (manzanilla desde 24 libras, Málaga *sweet* desde 16 libras, vinos de Montilla desde 20 libras, o «*fino style from different districts*» desde 16 a 30 libras la bota)<sup>19</sup>.

La enorme diversidad de tipos de vino comercializado y la considerable diferencia de sus precios a lo largo de este largo periodo, obligaba a un estudio en profundidad de los precios realmente obtenidos en los mercados exteriores. Construir una serie de precios del jerez se convertía, además, en una necesidad para que, junto con la serie de cantidades exportadas, pudiéramos obtener una imagen más global de la evolución del sector.

### Los precios del jerez

El acceso a la rica documentación de González Byass me ha permitido una primera aproximación a los precios del jerez. Dada la enorme variedad de vinos comercializados (tipos, marcas, combinaciones), he optado por calcular el precio medio de las ventas de vino de cada año. Este dato no existía en la documentación consultada, ya que no se han hallado balances de situación o resúmenes anuales de las cuentas de la empresa. He tenido que reconstruirlo a partir de los libros de contabilidad en los que se anotaban el valor de todos los envíos. Se registraban los precios f.o.b., los precios del vino situado en los barcos que salían de Cádiz con destino a los puertos británicos. Considero que la serie obtenida de precios medios anuales entre 1838 y 1885 es un buen punto de partida para establecer la evolución de los precios del jerez, puesto que la cuota de mercado de González Dubosc y González Byass a lo largo del periodo es muy significativa. La serie nos permite descubrir tres etapas destacadas en ese amplio medio siglo: 1835-1855; 1856-1865; y 1866-1885.

#### *Estabilidad de los precios y crecimiento de las exportaciones, 1835-1855*

A lo largo de esas dos décadas las importaciones británicas de vino apenas alcanzaron una tasa anual de crecimiento del 1 %, frente a un 7 % entre 1822 y 1834. A pesar de esa ralentización del consumo británico de vino, las exportaciones de jerez experimentaron un mayor dinamismo: la tasa anual de crecimiento de las exportaciones de jerez se situó en el 3 %. Ese aumento más rápido de las ventas de jerez le permitió seguir conquistando una mayor cuota del mercado británico. Ésta llegó a situarse en un promedio del 40 %, frente a un 33 % del periodo 1822-1834. Gracias a esta expansión el jerez superó al vino portugués, que experimentó un retroceso en su cuota de mercado desde el 46 %, entre 1822 y 1834, al 39 %, en esta etapa.

19. Se ofrecían incluso «*young wines at one shilling duty, not guaranteed after they are landed*» desde las 20 libras la bota. Archivo Histórico de González Byass, *Lista de precios de 1878*. Con esos vinos jóvenes se buscaba satisfacer esa demanda que abandonaba los vinos encabezados, a la vez que se trataba de reducir la carga arancelaria impuesta por la escala alcohólica.

Es interesante resaltar que el jerez no alcanzó el predominio en el mercado británico apoyado en cambios favorables en la legislación arancelaria. Durante este periodo las tasas arancelarias sobre los vinos españoles, portugueses y franceses tendieron a igualarse. Ello implicó un incremento del 25 % para los vinos españoles y un descenso del 29 % para los vinos franceses. La penetración del jerez en el mercado británico se incrementó a pesar de la importante carga que suponía el arancel establecido, que podría calificarse de casi prohibicionista. El arancel de 5 chelines y 9 peniques en vigor durante esos años podía llegar a suponer el 135 % del valor del jerez exportado entre 1840 y 1854<sup>20</sup>.

El análisis de la trayectoria de una empresa como González Dubosc puede contribuir a explicar la progresión del jerez en este periodo. Entre 1835, año en el que comenzó su actividad exportadora, y 1854, González Dubosc pasó de un inapreciable 0,03 % de las exportaciones del jerez a un importante 5 %, que le permitió alcanzar el liderazgo del sector<sup>21</sup>. Frente al ya indicado crecimiento anual de las exportaciones del jerez del 4 %, González Dubosc alcanzó una tasa de crecimiento anual del 55 %. En un mercado marcadamente competitivo, tanto entre las empresas del jerez como entre el jerez y otros vinos, donde todas las empresas pugnaban por ensanchar su presencia, González Dubosc creció no tanto a expensas de otras empresas del jerez como ampliando su mercado. De tal manera que podemos afirmar que se convirtió en un protagonista destacado en la expansión general del sector. Su extraordinaria progresión como empresa exportadora fue el resultado de varios factores que deben considerarse estrechamente relacionados y que podríamos agruparlos en tres aspectos fundamentales: el producto, las estrategias de comercialización y los procesos de inversión y financiación.

El camino elegido por una empresa joven como González y Dubosc para ganar cuota de mercado consistió en intentar satisfacer con precios competitivos el segmento de la demanda que crecía con mayor rapidez. El vino vendido por la joven empresa González y Dubosc se situó fundamentalmente en la región de los más baratos de la lista. De acuerdo con los datos disponibles, el precio medio de la bota vendida entre 1838 y 1848 alcanzó las veinticuatro libras y aún se redujo en una libra entre 1849 y 1854. Un precio bajo producto de los altos descuentos practicados para introducirse en un mercado muy competitivo y del tipo de demanda que crecía con mayor celeridad en esos momentos. Podemos suponer que ese precio correspondería a un vino procedente de las viñas de albarizas, de dos a tres años, fortalecido con alcohol vínico y cabeceado con otros vinos más añejos en diferentes proporciones para alcanzar el color, olor y sabor deseados<sup>22</sup>.

Esta situación se correspondería con la de una empresa centrada en la actividad comercial, en la preparación de vinos para el comercio exterior, con una notable rotación de sus existencias que, a pesar de todo, no descuidó la creación de unas soleras propias.

20. La relación entre aranceles británicos y precios f.o.b. del jerez se recoge en el apéndice.

21. En 1854, González Dubosc apareció en primer lugar en las Listas de Exportación de Jerez: exportó 2.749 botas frente a las 2.599 botas de Domecq. La cuota del cinco por ciento está calculada a partir de las cifras registradas en las Listas de Exportación de Jerez y El Puerto de Santa María.

22. Un precio de 24 libras la bota equivalía a 70 reales la arroba. He deducido una antigüedad de dos o tres años a partir de los precios de coste de algunos tipos de vino existentes en las bodegas de González Dubosc. Un mosto del año procedente de viñas de albarizas se cotizaba a unos 20-22 reales la arroba. Un fino de dos a tres años se contabilizaba a unos 50-60 reales la arroba. Archivo Histórico de González Byass. Libros de Inventarios, 1838-48.



Siempre es interesante contrastar el precio medio del jerez comercializado en los mercados exteriores con los precios medios del mosto de las viñas de albarizas, las más características de Jerez. El producto de las viñas, los mostos, el resultado de la fase agrícola propiamente dicha, alcanzó unos precios sustantivamente menores: el precio alcanzado por una bota de mosto equivalía entre 1853 y 1855 al treinta y dos por ciento del precio del jerez en el mercado británico. Se dio una cierta estabilidad de precios en este periodo entre 1835 y 1855. Los precios de los mostos oscilaban cada año en función de los resultados de cada cosecha o de las previsibles expectativas del mercado británico.

### *La explosión de los precios, 1856-1865*

En esta década la demanda británica de vino aumentó a un ritmo muy notable: la tasa anual de crecimiento se situó en el ocho por ciento. Las exportaciones del jerez también se incrementaron a una buena velocidad: alcanzaron una tasa anual de crecimiento del 9 %. En esta coyuntura tan expansiva el jerez siguió ensanchando su cuota en el mercado británico: llegó a conquistar el 44 %, frente a un 26 % de los vinos portugueses, que continuaron con su tendencia declinante, y a un 15 % de los vinos franceses, que experimentaron una apreciable recuperación.

Aunque hasta 1859 la legislación arancelaria se mantuvo en los mismos términos que en la etapa anterior, la demanda británica de vino tendió a crecer (las importaciones crecieron a un ritmo anual del 3 % entre 1856 y 1859). A pesar de que las exportaciones del jerez también crecieron a un 5 % anual, los precios experimentaron un aumento sustantivo como consecuencia de ese despegue de la demanda. Para aminorar, quizás, esa escalada de precios se introdujeron algunos cambios en el régimen arancelario británico a partir de 1860. Se produjo una reducción notable de los derechos sobre los vinos extranjeros, que para el caso de los vinos españoles se podría establecer en una disminución del 48 %. Bien es verdad que desde 1861 se introdujo la llamada escala alcohólica, que impuso diferentes tarifas según la graduación alcohólica de los vinos, y que colocó al jerez, dado su carácter de vino fortalecido, entre los vinos más gravados. A pesar de todo, y situando al jerez en el apartado de los vinos entre los 26 y los 42 grados Sykes (entre los 13 % vol. y los 21 % vol.), la tarifa que tuvo que satisfacer entre 1861 y 1885 aún fue ligeramente menor que la establecida en 1860 (dos chelines y seis peniques frente a tres chelines).

La reducción impositiva de 1860, un 48 %, benefició tanto a los exportadores, que disfrutaron de nuevos incrementos de precios (un 13 %), como a los importadores que obtuvieron un descenso de sus costes de un 15 %. Esta propicia situación impulsó el crecimiento de la demanda en los años siguientes, por lo menos hasta 1865. La nueva reducción arancelaria de 1861, un 44 % a pesar del establecimiento de la escala alcohólica, también contribuyó a facilitar la expansión del jerez. De hecho, fueron los exportadores los que consiguieron traducir la reducción arancelaria en un nuevo incremento de los precios de venta (de un 19 % aproximadamente). Debido a los altos precios del jerez entre 1861 y 1865 los derechos de aduana sólo llegaron a suponer el 19 % del valor en origen.

En esta etapa, González Dubosc, que desde 1862 pasó a denominarse González Byass, siguió manteniendo un crecimiento acelerado de sus ventas, incluso mayor que el del conjunto del sector exportador del jerez. Por ello, su cuota de mercado siguió incrementándose

hasta situarse en el 10 % del sector. También en este periodo González Byass se nos muestra como un destacado ejemplo de empresa centrada en la continua captación de mercados exteriores. Su estrategia expansiva se asentó sobre los pilares establecidos en la etapa anterior: la diversificación del producto y el fortalecimiento de la red de distribución.

Respecto al producto, lo primero que llama la atención es el continuado crecimiento de los precios de venta. A partir de 1856, siendo ya Byass socio de la empresa, los precios superaron la barrera de las treinta libras por bota y en 1857 la de las cuarenta libras. Se mantuvieron en ese nivel por espacio de más de una década, llegando incluso a superar el techo de las cincuenta libras en algunos años concretos (1864 y 1865). El crecimiento de los precios a partir de 1855 podemos relacionarlo con varias realidades que se fueron yuxtaponiendo. En primer lugar, la difusión del *oidium* entre las viñas del marco de Jerez desde 1854 provocó una reducción de las cosechas y el consiguiente encarecimiento del mosto<sup>23</sup>. A esta reducción de la producción se sumó un notable incremento de la demanda en los mercados exteriores, sobre todo el británico, que podemos constatar por la llamativa reducción de los vinos en depósito (vinos en consignación) en los mercados exteriores<sup>24</sup>. Además, como ya se ha indicado más arriba, el crecimiento de la demanda británica de jerez durante este periodo se vio favorecida por la sustantiva reducción arancelaria aprobada desde 1860.

El incremento de la demanda y de los precios durante esta coyuntura excepcional posibilitó una mayor orientación industrial de González Dubosc y Compañía y González Byass. El coeficiente de rotación disminuyó, gracias a lo cual se consolidaron y ampliaron las soleras y criaderas propias. De hecho, en los inventarios encontramos la organización de soleras y criaderas tanto en los vinos típicos de Jerez como en los vinos preparados, en las marcas propias de la empresa (González Dubosc, Romano) como en los caldos procedentes de las viñas de la empresa. Esta significativa acumulación de vino permitió a la empresa introducirse en otros segmentos del mercado con vinos más añejos. De hecho, la variedad de vinos comercializados se amplió considerablemente.

De esa amplísima gama de vinos comercializados es imposible saber cuál era el más vendido. La única aproximación es la que podemos efectuar a partir del precio medio del vino vendido. Entre 1856 y 1860 el precio medio del vino vendido por González Dubosc se situó en las 40 libras la bota, para seguir subiendo a las 49 libras entre 1861 y 1865. Dado el mayor crecimiento de los precios del mosto de albarizas que el de los vinos comercializados, el tipo de vino más vendido se correspondería con los denominados «good sheries» de los números 2 al 3. Se trataría de un vino de albarizas de unos tres años de crianza. Bien es cierto que el incremento de la demanda habría permitido vender vinos más envejecidos, pero el mayor crecimiento de los precios de los mostos de albarizas habría obligado a vender mayores cantidades de vinos inferiores (arenas o barros) o más jóvenes, para evitar un gran deterioro del margen bruto de explotación de la bodega.

23. López Estudillo (1993), p. 1026.

24. En una carta circular de González Dubosc a sus clientes británicos se decía que: «Excessive demand for the past five or six years, and diminished production, have most materially reduced the stocks in this Country, prices (wich as you are of course aware, have been rising for the last few years) must henceforth rule according to consumption and the nature of the ensuing Vintages». A.H.G.B., Carta de 1 de marzo de 1858.

**CUADRO 1**  
**LOS PRECIOS DEL MOSTO DE JEREZ Y DEL JEREZ**  
 (reales por bota)

Periodo	Jerez (a)	Mostos (b)	(b*100/a)
1853-55	2351	745	32
1856-65	4186	1621	39
1866-75	3647	1204	33
1876-85	2620	844	32

Fuentes: A.H.G.B., Libros Mayor y Diario.

### *El descenso de los precios, 1866-1885*

La tendencia ascendente en los precios de los vinos exportados se quebró a partir de 1866. La crisis financiera británica frenó el crecimiento de la demanda, y los precios fueron progresivamente disminuyendo. En el periodo global entre 1866 y 1885 las importaciones británicas de vino experimentaron una tasa de crecimiento anual del 0,4 %. Esa debilidad de la demanda no sólo frenó la larga expansión del jerez, sino que incluso provocó un cierto retroceso. Las exportaciones tuvieron una tasa anual de crecimiento negativa, en torno al -1,4 %. Este hecho provocó una pérdida de su cuota de mercado: del 44% del mercado británico pasó al 37 %.

En ese mercado más estrecho, en el que era más intensa la reducción de la demanda para los vinos más caros, la legislación arancelaria tuvo una destacada incidencia en la trayectoria del jerez. Entre 1866 y 1885 ya no se produjeron nuevas reducciones arancelarias. La demanda de jerez tendió a estancarse y los exportadores no tuvieron otra alternativa que ir reduciendo sus precios para mantener o ampliar su cuota de mercado. Dada la tendencia descendente de los precios del jerez, el peso de los derechos de aduana se fue incrementando hasta situarse en el 35 % entre 1878 y 1885: de nuevo un arancel claramente protector. En esa situación de estancamiento o retroceso de las ventas los exportadores del jerez vieron en la escala alcohólica la causa de sus males. La reducción de su cuota en el mercado británico en favor de los vinos franceses (de menor graduación alcohólica y gravados con unos derechos menores) se percibió como el producto de esa discriminación fiscal. Sin embargo, el problema era mucho más complejo, puesto que hundía sus raíces en los cambios experimentados por el comercio internacional de vinos, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta.

Los exportadores del jerez trataron de amoldarse a las nuevas condiciones de su principal mercado. En una primera etapa trataron de compensar las reducciones de los precios con un incremento de las cantidades vendidas. Entre 1866 y 1875 el promedio de exportaciones aumentó un 35 % respecto a la década anterior. Esta ampliación de la oferta en un escenario de estancamiento de la demanda agudizó la competencia entre los propios exportadores del jerez, y entre éstos y los de otros vinos. El descenso de los precios

de los vinos comercializados fue imparable. Los datos de González Byass nos indican una disminución del 14 % del promedio del precio de venta de los vinos en los mercados exteriores. Esta estrategia de ampliación de la cuota de mercado con reducciones de precios suscita el interrogante de si provocó un cambio en el tipo de producto comercializado. En principio, como los precios de los mostos de las viñas de albarizas también conocieron sustanciales recortes de precios, los exportadores pudieron incrementar su oferta de vinos a precios más reducidos. De todas maneras, el extraordinario incremento de las cantidades vendidas sólo parece que fuera posible gracias a un aumento de la comercialización de otro tipo de vinos (procedentes de viñas de arenas, de barros o de otras localidades), tal y como recogen las listas de precios ya comentadas más arriba.

El precio medio obtenido por González Byass entre 1866 y 1875 se situó sobre las 38 libras, lo que permitiría identificar ese vino entre los tradicionales *sherries* de exportación más baratos (los señalados en las listas de precios como número 1). La venta de vinos más envejecidos a precios superiores, por encima de las 45 libras, se equilibró con la de vinos más baratos por debajo de las treinta libras. La estrategia decidida por González Byass para afrontar la difícil coyuntura de los setenta, en coherencia con su trayectoria anterior, fue la atender a todos los segmentos del mercado ofreciendo vinos de todos los precios, especialmente de los más baratos con el objetivo de seguir manteniendo el liderazgo de los exportadores. El principal cliente de ese tipo de vinos baratos fue la empresa de los Gilbey<sup>25</sup>. En esta coyuntura el dilema para González Byass era o detener su crecimiento tras décadas de continua expansión, o seguir su desarrollo explorando la vía de los vinos baratos, único segmento en el que la demanda podía crecer. La oferta de vinos baratos de González Byass consistía en los ya mencionados «*cheap sherries*» (vinos procedentes de viñas de arenas o barros de Jerez y El Puerto de Santa María de 18 a 32 libras la bota), y en vinos de otras localidades andaluzas. Entre los «*other Spanish wines*» se recogían manzanilla desde 24 libras, Málaga *sweet* desde 16 libras, vinos de Montilla desde 20 libras, o *fino style from different districts* desde 16 a 30 libras la bota.

La orientación de la empresa era aceptar órdenes de vinos por debajo de 20 libras, que reportaban un beneficio mínimo e incluso pérdidas, sólo en el caso de que vinieran acompañadas de otras de vinos superiores. La obsesión por la cantidad no debía limitar el cuidado de la calidad, de los típicos vinos de Jerez. Pero dados los cambios de la demanda en el mercado británico, búsqueda de vinos más ligeros en detrimento de los fortalecidos, la presión de los agentes importadores en favor de los vinos baratos fue muy poderosa.

El dilema de los exportadores de jerez no estaba entre vender vinos buenos o malos, sino entre los vinos baratos<sup>26</sup> o caros. La tentación consistía en tratar de ganar mayor

25. La trayectoria de los Gilbey ha sido analizada por Waugh (1957).

26. Hace años el Grupo de Estudios de Historia Rural ya nos advirtió que el vino en España distaba de ser un producto homogéneo. Incluso, decían sus integrantes, «el vino no existe, es decir, no existe el vino sin otro apelativo detrás», G.E.H.R. (1981), p. 24. Lo que estamos llamando vinos baratos desde la perspectiva de la comarca jerezana seguían siendo unos vinos caros en comparación con los llamados vinos comunes de otras regiones españolas. El precio de 26 libras la bota alcanzado por González Byass entre 1878 y 1885, que hemos considerado como bajo, representaba una cotización de 123 pesetas el hectolitro, mientras que los mostos de albarizas alcanzaron un valor de 36 pesetas al hectolitro, cifras alejadas de los precios de los vinos comunes riojanos, 25 ptas./Hl., o de Valdepeñas, 21 ptas./Hl. Los precios de estos últimos vinos en G.E.H.R. (1981), pp. 30-31.

cuota de mercado, tanto frente a otras empresas del jerez como frente a otro tipo de vinos, incrementando las ventas de vinos baratos. Éstos sólo se podían ofrecer, sin deteriorar demasiado los resultados de las empresas, sometiéndolos a una crianza más breve reduciendo su añejamiento y por lo tanto su estancia en el sistema de criaderas y soleras. A esta situación se correspondía una mayor velocidad de la rotación entre ventas y existencias que determinaría una reducción del tiempo medio de permanencia del vino en la bodega. Pero el peligro de esta alternativa consistía en que, si se realizaba durante mucho tiempo, se corría el riesgo de alterar la propia capacidad industrial de la empresa debido a la progresiva simplificación del sistema de criaderas y soleras.

La estrategia de los exportadores del jerez de aumentar o mantener su cuota de mercado recurriendo a incrementar los envíos de vino con sustanciales reducciones de precios, no pudo evitar una violenta contracción en la demanda del jerez. Las exportaciones del jerez disminuyeron un 28 % entre 1876 y 1885. Las desfavorables perspectivas para la demanda de vinos de Jerez volvieron a provocar una nueva caída en los precios del mosto de albarizas: un descenso del 30 %, a pesar de experimentar las viñas una ligera caída de su productividad (un 9 %). La reducción del precio medio de los vinos comercializados en los mercados exteriores se situó en niveles similares (28 %). Un precio medio de 27 libras la bota, obtenido por González Byass entre 1876-85, devolvía a los exportadores al periodo anterior a 1856, al momento en que comenzó la frenética ascensión de los precios. La edad de oro del jerez había terminado.

### **El jerez en el comercio exterior español, 1838-1885**

La continuidad y fiabilidad de las Listas de Exportación nos han permitido reconstruir con bastante aproximación la trayectoria de las cantidades exportadas. Sin embargo, en lo que respecta al valor del jerez comercializado en el exterior, nuestros datos eran más imprecisos y fragmentarios. Eran conocidas las listas de precios de los vinos de algunos exportadores, o las cotizaciones de los vinos en el mercado londinense. Pero estas cifras han contribuido poco a determinar el precio medio del vino exportado. Sobre todo si tenemos en cuenta la enorme variedad de vinos comercializados, que podían alcanzar precios muy dispares dentro de una gama muy amplia (por ejemplo entre las veinte y las cien libras la bota).

La serie de precios medios de los vinos comercializados en los mercados exteriores, elaborada a partir de la documentación contable de González Byass, nos permite contar con una referencia más fiable a la hora de determinar el valor de las ventas del sector y su incidencia en el conjunto del comercio exterior español. Asimismo, nos posibilita una comparación con los precios reflejados en las frecuentemente empleadas Estadísticas de Comercio Exterior. Podemos comprobar hasta qué punto estos últimos respondían a la realidad de las transacciones efectuadas, o estaban mediatizados por el carácter fundamentalmente fiscal de la fuente. Del contraste entre los precios medios obtenidos por González Byass y los anotados en las Estadísticas de Comercio Exterior podemos extraer algunas conclusiones.

Aunque las diferencias de precios entre ambas fuentes no son abismales, sin embargo sí existen apreciables divergencias. La mayor no es la brecha entre los precios, entre el 12 % y el 16 %, sino la desfigurada evolución que se desprende de la serie de las

**CUADRO 2**  
**LOS PRECIOS DEL JEREZ**  
 (libras por bota)

Periodo	Estadísticas Comercio Exterior (a)	González Byass (b)	Diferencia (%)
1849-55	27	24	16
1856-65	33	44	-26
1866-79	40	36	12

Fuente: Estadísticas de Comercio Exterior y Montañés (2000), p. 259.

Estadísticas de Comercio Exterior. En el periodo anterior a 1856 los precios parecen ligeramente superiores, mientras que en la etapa de vertiginosa subida se quedan claramente rezagados. Pero en la última etapa de imparable descenso de los precios, los registrados en las Estadísticas de Comercio Exterior siguen en ascenso. En conclusión, la serie de precios de las Estadísticas de Comercio Exterior no parece muy adecuada para conocer con precisión las diferentes coyunturas comerciales del jerez, aunque para todo el periodo en su conjunto las diferencias sean muy pequeñas. Los precios anotados en las Estadísticas de Comercio Exterior no reflejaban con rapidez la realidad de los mercados, se modificaban con cierta lentitud y también pesaban sobre ellos los criterios fiscales. Por ello, he optado por reconstruir una nueva serie del valor del jerez a partir de los precios medios obtenidos por González Byass.

Con las cantidades recogidas en las Listas de Exportación y los precios medios obtenidos por González Dubosc y González Byass, he reconstruido el valor de las exportaciones del jerez (apéndice 1). Estos datos nos permiten extraer algunas conclusiones sobre el papel destacado del jerez en la economía española del siglo XIX. A lo largo del periodo que hemos estudiado, entre 1838 y 1885, la importancia del jerez en el sector exportador español fue muy destacada, aunque se pueden distinguir varias etapas en función de las diferentes coyunturas por las que atravesó el jerez y la propia economía española.

En una primera etapa, hasta 1854, caracterizada por una notable estabilidad de los precios del jerez y por un moderado crecimiento de la economía española, el jerez vino a representar el 17 % del valor de las exportaciones españolas. Si enmarcamos los datos del jerez en el contexto de la balanza comercial hispano-británica, el jerez representaría el 40 % de las exportaciones a Gran Bretaña y cubriría el equivalente al 51 % de las importaciones británicas<sup>27</sup>.

En el siguiente periodo, entre 1855 y 1869, el jerez reforzó su papel en la economía española. Gracias al extraordinario crecimiento de los precios de los vinos comercializados, el jerez llegó a suponer el 19 % del valor de todas las exportaciones españolas. En el comercio hispano-británico, el jerez alcanzó un valor equivalente al 61 %

27. El valor de las exportaciones españolas considerado es el recogido en Carreras (1989). Los datos de la balanza comercial hispano-británica se han tomado de Prados de la Escosura (1984).

de las exportaciones españolas a Gran Bretaña y al 58 % del valor de las importaciones británicas.

El último de los periodos considerados, entre 1870 y 1885, marcó el comienzo del declive. El estancamiento de la demanda y la caída de los precios determinaron una reducción del peso del jerez en una economía española que crecía y se diversificaba más aceleradamente. De hecho, el jerez se redujo al 9 % del valor de las exportaciones españolas. También disminuyó su peso en el comercio hispano-británico. Tan sólo representó el 26 % de las exportaciones a Gran Bretaña y el equivalente al 33 % de las importaciones británicas. A pesar de esta última minoración, las cifras sintetizadas certifican el papel estelar del jerez en el sector exterior, y en el conjunto de una economía española que protagonizó sus primeras décadas de industrialización. El sector del jerez obtuvo un volumen muy destacado de las preciadas libras que ayudaron a financiar las importaciones precisas para impulsar los pasos iniciales de la industrialización española.

## BIBLIOGRAFÍA

- BOUTELOU, E. (1807), *Memoria sobre el cultivo de la vid en Sanlúcar de Barrameda y Xerez de la Frontera*, Madrid.
- BRIGGS, A. (1985), *For sale. Victoria Wine and the Liquor Trade, 1860-1984*. London.
- BUSBY, J. (1832), *Journal of a Recent Visit to the Principal Vineyards of Spain and France*. Una traducción de la visita a Jerez en Morilla Critz (1997).
- CABRAL CHAMORRO, A. (1986), *La Cámara de Comercio en la crisis y reconversión de la economía jerezana, 1866-1990*. Jerez.
- (1987a), «Un estudio sobre la composición social y arraigo del anarquismo en Jerez de la Frontera, 1869-1923». *Estudios de Historia Social*, n.º 42/43, pp. 209-235.
- (1987b), «Observaciones sobre la regulación y ordenación del mercado del vino de Jerez de la Frontera, 1850-1935: los antecedentes del Consejo Regulador de Denominación de Origen «Jerez-Xeres-Sherry»». *Agricultura y Sociedad*, n.º 44, pp. 171-197.
- (1994), «Calamidad y socorro en los trabajadores agrícolas de la campiña jerezana (1778-1873)». *Agricultura y Sociedad*, n.º 74, pp. 67-107.
- CANCELA RUIZ, M. (1887), *Guía Oficial de Jerez, 1887-88*. Jerez.
- CARO CANCELA, D. (1990), *Burguesía y jornaleros. Jerez de la Frontera en el sexenio democrático, 1886-1874*. Jerez.
- (1999), «Jerez moderno y contemporáneo. Siglos XIX y XX». En *Historia de Jerez de la Frontera. El Jerez moderno y contemporáneo*. Cádiz, pp. 199-438.
- CARRERAS, A. (coord.) (1989), *Estadísticas históricas de España. Siglos XIX y XX*. Madrid.

- CHANDLER, A. (1977), *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1987.
- COMÍN, F. y MARTÍN ACEÑA, P. (dirs.) (1996), *La empresa en la historia de España*. Madrid, Civitas.
- (1996), «Rasgos históricos de las empresas en España. Un panorama». *Revista de Economía Aplicada*, n.º 12 (v. IV), pp. 75-123.
- FERNÁNDEZ DE LA ROSA, G. (1882), «Los vinos de Jerez». *Gaceta del Ministerio de Fomento*, vol. 1.º, 2.ª época, pp. 146-150 y 335-361.
- (1886), *Informe sobre el Congreso Vinícola*. Jerez.
- G.E.H.R. (1981), *El vino, 1874-1907: dificultades para reconstruir la serie de sus cotizaciones*. Madrid.
- GALLEGO MARTÍNEZ, D. y PINILLA NAVARRO, V. (1996), «Del librecambio matizado al proteccionismo selectivo: el comercio exterior de productos agrarios y alimentos en España entre 1849 y 1935.» *Revista de Historia Económica*, Año XIV, n.º 2, pp. 371-420 y n.º 3, pp. 619-639.
- GARCÍA DE QUEVEDO, J. (1970), *Economía del Jerez*. Jerez.
- GONZÁLEZ GORDON, M. M. (1970), *Jerez-Xerès-Sherish*. Jerez.
- GONZÁLEZ Y ÁLVAREZ, F. (1878), *Apuntes sobre los vinos españoles*. Madrid.
- JEFFS, J. (1994), *El vino de Jerez*. Cádiz, Universidad de Cádiz.
- LIZAUR Y PAUL, D. (1877), «Cultivo de la vid y fabricación del vino en la provincia de Cádiz». *Gaceta Agrícola del Ministerio de Fomento*, vol. V. pp. 718-728.
- LÓPEZ ESTUDILO, 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*, n.º 1, pp. 43-71.
- (1993), *Conflictividad social agraria y crisis finisecular. Republicanismo y anarquismo en Andalucía (1868-1900)*. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona.
- MALDONADO, J. (1996), *La formación del capitalismo en el marco de Jerez*. Tesis Doctoral, Universidad de Cádiz.
- (1999), *Transformación agrícola y conflictividad campesina en Jerez de la Frontera, 1880-1923*. Cádiz.
- MONTAÑÉS, E. (1998), «Un modelo de crecimiento empresarial: la sociedad González Dubosc y la exportación del jerez, 1838-1845». En AGUILAR VILLAGRÁN, M. Y OTROS (eds.) *Homenaje a Antonio Cabral Chamorro, Historiador*. Trebujena, pp. 315-332.
- (2000), *La empresa exportadora del jerez. Historia económica de González Byass, 1835-1885*. Universidad de Cádiz.



- MORALES MORENO, F. (1996), «La estructura patrimonial en la industria vinícola jerezana» (2). *Revista de Información de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Jerez*, n.º 203, pp. 8-10.
- (1997), «La viticultura de Andalucía en 1831 vista por James Busby, padre de la viticultura Australiana». *Revista de Estudios Regionales*, n.º 49, pp. 261-298.
- MORILLA CRITZ, J. (1999), «Cambios en las preferencias de los consumidores de vino y respuestas de los productores en los dos últimos siglos». Trabajo presentado en el seminario «La vid, el vino y el cambio técnico en España, 1850-1936». Vilafranca del Penedès.
- NADAL FARRERAS, J. (1978), *Comercio exterior y subdesarrollo. España y Gran Bretaña de 1772 a 1914: Política económica y relaciones comerciales*. Madrid, Instituto de Estudios Fiscales.
- NUÑEZ, C. E. (1985), *El comercio exterior y los problemas del desarrollo económico en Andalucía, 1850-1880*. Granada.
- PAN MONTOJO, J. L. (1994), *La bodega del mundo. La vid y el vino en España (1800-1936)*. Madrid, Alianza.
- PARADA Y BARRETO, D. (1868), *Noticias sobre la Historia y estado actual del cultivo de la vid y del comercio vinatero de Jerez de la Frontera*. Jerez.
- PEMARTÍN, J. (1965), *Diccionario del vino de Jerez*. Barcelona.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, L. (1984), «El comercio Hispano-Británico en los siglos XVIII y XIX». *Revista de Historia Económica*, año II, n.º 2, pp. 113-162.
- (1988), *De Imperio a Nación*. Madrid, Alianza.
- SIMPSON, J. (1985), «La producción de vinos en Jerez de la Frontera, 1850-1900». En Martín Aceña, P. y Prados de la Escosura, L. (eds.), *La nueva historia económica en España*. Madrid, Tecnos, pp. 166-191.
- WAUGH, A. (1957), *Merchant of Wine*. London.
- WILSON, G. B. (1940), *Alcohol and the Nation*. London.

APÉNDICE I  
EL VALOR DEL JEREZ, 1838-1885

Año	Botas exportadas	Precios (reales por bota)	Precios (libras por bota)	Valor exportaciones del jerez (reales)	% del valor de las exportaciones totales a G.B.	% del valor de las importaciones de G.B.
1838	30.748	2.467	26	75.846.698	48	51
1839	36.087	2.274	24	82.063.143	38	49
1840	35.025	2.160	23	75.654.000	35	59
1841	29.623	2.335	25	69.160.048	40	47
1842	25.096	2.305	24	57.836.722	33	46
1843	29.313	2.597	27	76.124.331	52	51
1844	34.166	1.873	20	63.982.418	35	42
1845	32.172	2.189	23	70.426.006	40	48
1846	32.794	2.636	27	86.435.425	43	56
1847	31.599	2.258	23	71.347.903	29	51
1848	31.807	2.237	23	71.138.216	43	48
1849	39.392	2.234	23	88.016.761	50	64
1850	42.588	2.234	23	95.157.845	45	63
1851	38.575	2.234	23	86.191.271	47	48
1852	37.050	2.234	23	82.783.839	51	41
1853	53.356	2.234	23	119.217.666	53	54
1854	52.746	2.156	23	113.711.163	41	52
1855	43.637	2.664	29	116.227.927	31	57
1856	54.611	3.289	35	179.612.908	62	60
1857	50.720	3.996	43	202.666.412	68	63
1858	32.715	4.113	44	134.541.021	75	42
1859	45.916	3.281	35	150.630.305	57	52
1860	48.637	3.922	42	190.738.076	60	50
1861	49.181	4.326	46	212.757.635	61	45
1862	52.876	4.158	44	219.835.767	73	44
1863	66.321	4.580	48	303.771.723	77	52
1864	67.359	4.991	53	336.167.639	68	68
1865	50.457	5.209	55	262.831.354	68	63
1866	61.257	4.405	46	269.848.565	59	61
1867	63.398	4.293	45	272.144.462	55	69
1868	63.107	3.809	40	240.357.026	45	64
1869	74.151	3.842	40	284.870.650	54	74
1870	70.960	3.952	41	280.467.532	57	66
1871	78.977	3.593	37	283.780.671	45	54
1872	84.741	2.829	29	239.730.522	32	42
1873	98.924	3.505	37	346.750.985	40	57

(Continúa)

(Continuación)

Año	Botas exportadas	Precios (reales por bota)	Precios (libras por bota)	Valor exportaciones del jerez (reales)	% del valor de las exportaciones totales a G.B.	% del valor de las importaciones de G.B.
1874	65.363	3.067	32	200.452.333	29	31
1875	60.930	3.178	33	193.627.670	27	34
1876	61.614	2.955	31	182.074.673	26	30
1877	60.057	2.619	27	157.291.790	18	29
1878	52.228	3.013	31	157.340.856	22	37
1879	47.107	3.168	33	149.240.236	23	31
1880	51.578	1.947	20	100.422.470	13	19
1881	53.983	2.677	28	144.526.040	19	26
1882	53.592	2.640	27	141.457.306	17	23
1883	51.321	2.244	23	115.160.556	13	19
1884	46.136	2.348	24	108.320.303	14	18
1885	44.769	2.585	26	115.737.692	15	22

Fuentes: Las cantidades exportadas hasta el año 1839 proceden de Maldonado (1999), pp. 309-310. Para el periodo 1840 a 1885 he tomado las cifras de las Listas de Exportación que se conservan en el archivo del Consejo Regulador D.O. «Jerez-Xerex-Sherry» y Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda. También existen copias en el Archivo Histórico de González Byass. Asimismo, he tomado de Cancela Ruiz (1888), p. 177, las cifras globales de exportación de El Puerto de Santa María para algunos años. Una bota de exportación contenía 500 litros. Los precios proceden de los libros de contabilidad de González Dubosc y González Byass, en particular de los libros Diario y Mayor de cada año indicado. Se ha tomado como tipo de cambio de la libra el registrado en el inventario de cada año de González Dubosc y González Byass. Los datos globales de la balanza comercial hispano-británica son los de Prados de la Escosura (1984), p. 157s.

**APÉNDICE 2**  
**LOS ARANCELES BRITÁNICOS SOBRE EL JEREZ (1840-1885)**

Años	Precio (1)	Arancel (2)	Arancel (3)	Arancel (4)	Arancel (5)
1840-54	2.271	5,9	27,8	3.058	135
1855-59	3.468	5,9	27,8	3.058	88
1860	3.922	3	14,52	1.597	41
1861-65	4.653	2,6	8,12	893	19
1866-69	4.087	2,6	8,12	893	22
1870-77	3.212	2,6	8,12	893	28
1878-85	2.551	2,6	8,12	893	35


(1) Valor medio de una bota de jerez, precios f.o.b. (free on board in Cadiz Bay) en reales de vellón según los datos de González Byass.

(2) En chelines y peniques por galón según la legislación británica del momento. A partir de la existencia de la escala alcohólica desde 1861 se aplica al jerez el arancel comprendido entre los 26º Sikes y los 40º.

(3) En reales por galón, tomando 1 chelín por 4 reales y 84 céntimos; y un penique por cuarenta céntimos de real.

(4) En reales por bota, tomando 110 galones por bota (5 Hl.)

(5) En porcentaje sobre el valor de la bota (4)\*100/(1).




### *The Sherry wine in the Spanish foreign sector, 1838-1885*

#### ABSTRACT

*The purpose of this paper is to reconstruct the value of sherry wine during an important period of the Spanish foreign trade. Firstly, it offers a more complete series of sherry wine exports. Secondly, it describes the characteristics of the wine sold in the foreign markets and the variety of its prices. It analyses the sales of an important exporter, and presents a series of sherry wine prices. Finally, it obtains a real valuation of sherry wine and emphasises its importance in the Spanish foreign trade.*

KEY WORDS: *Sherry wine, Exports, Prices, Spanish foreign trade.*



### *El vino de Jerez en el sector exterior español, 1838-1885*

#### RESUMEN

*El objetivo de este artículo es reconstruir el valor del jerez durante el periodo en el que alcanzó una mayor significación en el comercio exterior español. En primer lugar se presenta una serie más completa de cantidades exportadas de jerez. Seguidamente, se describen las características de los vinos comercializados en los mercados exteriores y la gran diversidad de precios existente. A partir del análisis de la documentación de una de las empresas más representativas del sector, se ofrece una serie de precios medios anuales que permite una aproximación a las coyunturas comerciales del jerez. Con ambas series conseguimos obtener una valoración más real del jerez, a la vez que se pone de manifiesto su destacada importancia en el comercio exterior español durante las primeras décadas del proceso de industrialización.*

PALABRAS CLAVE: *Vino de Jerez, Exportaciones, Precios, Comercio exterior español.*

