

César Yáñez, historiador xilè, avui resident a Catalunya, és autor d'una tesi de llicenciatura sobre l'americanisme català de començaments de l'actual segle.

La documentació de l'arxiu de la Casa de América de Barcelona li proporcionarà informació bàsica per al seu treball, l'interès del qual es centra principalment en la utilització d'unes fonts fins ara desconegudes.

L'EXPORTACIÓ DE TEIXITS DE PUNT ALS MERCATS AMERICANS DURANT ELS ANYS DE LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL

ANTECEDENTS: L'AMERICANISME DE LA BURGUESIA CATALANA.

Durant les primeres dècades del segle XX, una de les preocupacions principals dels industrials tèxtils catalans era trobar mercats per col·locar els seus productes després d'haver perdut les places colonials protegides d'ultramar. Després del desastre colonial de 1898 es pensà que els excedents que ja no anirien a les colònies americanes i a Filipines s'havien d'orientar cap als mercats espanyols; però aquests no varen ser suficients per a reimpulsar la indústria tèxtil del Principat, cosa per la qual era necessària trobar solucions noves a un vell problema. Dues alternatives s'obriren davant la burgesia industrial catalana: lluitar per aconseguir la protecció dels mercats interiors per evitar la competència dels productes importats i, per altra part, buscar mercats externs que consumissin els excedents industrials. La primera donà lloc al *proteccionisme*, la segona generà l'*americanisme*.

L'americanisme de començament de segle pretenia explotar a favor de la burgesia industrial i comercial els llaços tradicionals entre Espanya i Amèrica Llatina, capitalitzant l'hispanisme de les classes dominants americanes hereves del sistema colonial espanyol, mobilitzant en el seu benefici la nombrosa migració espanyola a Amèrica, aprofitant els vincles culturals (llengua, religió, tradició, etc.) hispanoamericans, amb la intenció de conquerir aquells mercats; i en la mesura que fos possible, relançar la idea d'una Espanya hegemònica en el context internacional d'Amèrica Llatina (1).

En iniciar-se la segona dècada, els americanistes catalans estaven en condició de donar un fort impuls al seu programa. L'experiència dels deu

anys anteriors al voltant de la revista "Mercurio" (2), l'ambaixada de F. Rahola als països de El Río de la Plata (3), i els esforços realitzats des del Fomento del Trabajo Nacional i la Cambra de Comerç de Barcelona, coincidien amb l'agitació hispano-americanista que despertà la celebració de la independència de les repúbliques americanes el 1910 (4). Aquell any es fundaren a la ciutat comtal dues organitzacions que foren els precursors de la Casa de América de Barcelona; es tractava del Círculo Americano, entitat de caràcter cultural i recreatiu, impulsada per americans residents, i la Sociedad Libre de Estudios Americanistas, fomentada per destacats representants de la burgesia catalana com eren F. Rahola, J. Zulueta, M. Viada i R. Vehils entre d'altres, amb l'objecte d'estudiar i difondre els coneixements dels països llatinoamericans.

Des de la fusió d'ambdues organitzacions es creà la Casa de América amb una secció d'Estudios Americanos i una Càmera de Relaciones Comerciales que articulava el projecte d'expansió comercial que des de començament de segle impulsaven els americanistes.

En arribar al final de l'any 1911, la Casa de América de Barcelona realitzà una extensa campanya de propaganda impulsant l'organització d'Assemblees Americanistes que reunien a cada ciutat els més destacats representants del poder econòmic i polític per a dialogar sobre les relacions entre Espanya i Amèrica.

La primera d'aquestes Assemblees es realitzà a Mataró, i comptà amb el suport, a més de la Casa de América, de les institucions públiques i corporacions econòmiques de la ciutat. La presidència de l'Assemblea, que s'inaugurà l'1 de novembre de 1911, fou encapçalada per Pere Grau Ca-

bestany —president de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona—, l'alcalde de Mataró, Sr. Fàbregas, N. Marfà —diputat provincial— i J. Colomer, president de la Cambra de Productors de Mataró.

Assistiren en representació dels fabricants i comerciants de Mataró, les següents persones: Jaume Arenas, M. Asencio, F. Peradejordi, M.D. Falck, J. Clavell, Vídua de Minguell, R. Torres, J. Roc i Pineda, J. Recoder, Majó Gns., Narcís Martí i Coll, Jaume Rodon, Pere Manén, Antoni Cambra, S.J. Cuadra, L. Llinàs Fàbregas, M. Ordeig, Arañó, J. Castelló, M. Imbern, Clavell Gns., S. Cabeñas, M. Cot i Pujol, N. Escapa, F. Vinar-dell, J. Ribas, J. Ponsa, M. Ruaix, N. Collado, F. Villalta, J. Cuéllar, N. Marfà —en representació de Hijos de Marfà S. en C. (filats i teixits de punt)—, Josep Majó —en representació de Majó i Nonell, (exportadors de fruits i llegums)—, Josep Caboy Barba —teixits de punt—, Miquel Bufill i Salvat —comissionista exportador de fruits i llegums—, Josep Vilardevall —fabricant de teixits de punt—, N. Molins i J. Bellver.

Així mateix els representants de Mataró estigueren presents a les assemblees de Sabadell (17 de novembre de 1911) i de Reus (24 de novembre de 1911), per mitjà de F. Pellicer —armador de Mataró— i de Miquel Cuadrada —propietari d'una fàbrica d'adobs de pell de Mataró—.

La campanya de propaganda americanista de la Casa de América es tancà els dies 16 i 19 de desembre, quan es realitzà a Barcelona l'assemblea d'entitats i corporacions americanistes amb assistència de representacions de tot l'estat. La delegació de Mataró estava composta per Antoni Cambra, Narcís Martí i Coll i Joaquim Castelló en representació de l'Associació Professional de Dependents del Comerç i de la Indústria de Mataró.

ELS EXPORTADORS DE TEIXITS DE PUNT A MATARÓ.

Les indústries del gènere de punt a Mataró, en general, tenen el seu origen a la segona meitat del segle XIX. La seva evolució estava vinculada als mercats externs, dirigien els seus productes primer als mercats colonials espanyols (Cuba i Filipines principalment), i a partir de 1898 intentaren ocupar posicions a les repúbliques llatinoamericanes i als països de la Mediterrània oriental.

Vegem a continuació una ressenya sumària d'algunes d'aquestes empreses, amb l'objecte d'il·lustrar les seves característiques els anys de la Primera Guerra Mundial (5):

Colomer Hnos, Soc. en comandita: fundada el 1880 per Narcís Colomer i Fills. Entre 1885 i 1890 formà societat amb Carles Wildt, i a partir

d'aquest últim any prengué el nom de *Colomer Hermanos*, passant a ser societat en comandita a partir de 1902. El 1916, ubicada al carrer de Prat, núm. 2, comptava amb 300 màquines nacionals i estrangeres, donant feina a 400 operaris d'ambdós sexes a les seves instal·lacions de 6.000 m². A més lliurava feina a casa a 200 senyores i senyoretetes de Mataró, de la costa, i fins i tot, de Barcelona. Comptava amb viatjants per als mercats d'Espanya i l'estranger, i representants a les principals capitals.

Font, Clavell i Coll. Fundada el 1858 pel Sr. Antoni Regàs, fins 1880 es dedicà exclusivament al mercat nacional. El 1881 renovà la seva maquinària i començà a produir per als mercats ultramarins. El 1903 es constituí com a *Fonts y viuda de Antonio Regàs*, i el 1906 adquirí el nom de *Font, Coll i Clavell*, amb la qual cosa en els anys de la Primera Guerra Mundial (1916) donava feina a 200 operaris, i ocupava una extensió de 12.000 m², més altres 100 treballadors a domicili. Exportaven a ultramar productes de tipus econòmic, especialment de color: mitjons, samarretes, mitges, que anaven cap a Amèrica Central, del Sud, les Antilles, costa occidental d'Àfrica, i a *todos los paises de gran consumo en calidades muy económicas*.

Hijos de Marfà, Soc. en comandita. Fundada per Gaietà Marfà el 1840, produïa durant els anys de la guerra, mitjons, mitges i pantalons de classe corrent. Tenia oberts mercats europeus a la regió oriental de la Mediterrània, Àfrica i tota Amèrica Llatina.

Ramón Domingo, fundada el 1912, es dedicava bàsicament a la producció de mitges i mitjons *sin costura*, i es dedicava als mercats externs preferentment.

Antoni Gassol, constituïda el 1897, ocupava el 1916 una instal·lació construïda especialment per a fàbrica, de 19.575 m² a l'avinguda de Puerto Rico a Mataró. Allí donava feina a 500 treballadors d'ambdós sexes que fabricaven productes fins: mitges, mitjons de seda i llana, fil d'Escòcia i cotó.

Francisca Pujadas. Es dedicava a la fabricació de *ropa íntima* per a senyores, senyors i nens, especialment en els *tejidos de punto inglés*.

Ribas i Juliá. Fundada el 1870 per Pere Ribas, eren fabricants de la marca *Castor*, dedicada a gènere de punt de color i apelfats.

Hijos de J. Roca y Pineda. Fundada el 1901 com a *Roca y Vilaltesa*, passà a anomenar-se *Roca y Pineda* el 1906 quedant tots els actius en un sol propietari, J. Roca i Pineda, que morí el 1913 essent vice-president de la Cambra de Productors de Mataró. Passà a ser J. Roca i Tia el seu únic amo.

La llista de productors de gènere de punt de

Mataró es prolonga amb els noms de: M. Asencio, Vda. de J. Minguell, E. Arañó, Martí Devas, Ribas Masera, Carrau, Oridex, Fontdevila Torras, Imbern, Escapa, Vilatersana, Martí Pascual i Vilardell. Però no és l'objecte d'aquest treball detenir-nos a estudiar les característiques dels productors, que tot i ésser de molt interès per a conèixer la burgesia catalana, haurà de ser objecte d'altres estudis si és que no s'estan fent ja; investigant sobre la informació de la Cambra de Productors de Mataró, així com la dels arxius particulars de les fàbriques ressenyades.

L'exportació de gènere de punt

	Teixits de punt cotó en peces, samarretes i pantalons	Teixits de punt, cotó, guants i peces petites	Teixits de punt, de llana
1913	982.823 Kg	59.725 Kg	8.824 Kg
1914	1.121.229 Kg	109.768 Kg	378.230 Kg
1915	3.192.421 Kg	650.092 Kg	1.294.608 Kg

Font: *Estadística de Comercio Exterior de España.*

Com es pot observar a l'estadística reproduïda damunt, l'increment de les exportacions de gènere de punt durant els anys de la Primera Guerra Mundial són evidents. Però cal fer alguns aclariments per a situar aquest auge exportador en un context més gran. En primer lloc, si bé a les diferents varietats de gènere de punt es produeix l'augment d'exportació, aquest no és equilibrat, essent els productes de llana els que més increment tingueren arribant a multiplicar-se per 146 vegades. Això s'explica pel fet que eren els productes de llana els més demanats pels països bel·ligerants, especialment França. En canvi, els mercats americans, com veurem més endavant, s'abastaven a Espanya de gèneres de punt de cotó on el comportament fou molt més moderat i amb unes conseqüències molt diferents.

Exportació de gènere de punt de cotó pel port de Barcelona

Abans de la guerra		Anys de guerra		Postguerra	
Any	Quantitat	Any	Quantitat	Any	Quantitat
1911	1.251.283	1914	831.355	1919	1.328.519
1912	1.311.297	1915	1.033.623	1920	833.661
1913	1.030.468	1916	1.362.452	1922	420.968
		1917	1.552.572	1923	568.560
		1918	899.660		

Font: Elaboració pròpia amb dades de les *Memorias Comerciales* de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona.

L'exportació més moderada de teixits de punt de cotó pel port de Barcelona s'explica per

la circumstància que el mercat francès no s'abastava de productes espanyols per ports de mar, i per tant, una quantitat important de productes amb destí als països bel·ligerants es dirigien per la frontera de Portbou que en aquells anys assolía una importància significativa.

Exportació de teixits de punt de cotó per Barcelona i Portbou, 1913-1918.

Any	Barcelona	Portbou
1913	1.030.468	2.457
1914	802.141	421.643
1915	1.043.965	2.759.780
1916	1.362.452	584.108
1917	1.552.572	323.938
1918	899.660	165.355

Font: Elaboració pròpia amb dades de les *Memorias Comerciales* de la Cambra de Comerç de Barcelona.

Entre 1911 i 1917 (any de màxima exportació pel port de Barcelona), la quantitat de teixits significà un augment del 24,07 per cent, amb un any depressiu —el 1914—, producte del col·lapse del comerç mundial quan s'inicià la guerra mundial. Però el que és més destacable és la crisi que se succeí a l'etapa de postguerra, arribant després d'alguns anys d'alts i baixos a exportar-se per Barcelona només 420.968 Kg, que representaven respecte el 1917 un decreixement del 72,88 per cent, amb una lleu recuperació l'any següent. Comparant els anys de pre-guerra als de postguerra resulta que l'exportació de 1922 representava quasi una tercera part de la de l'any 1911.

Però observem l'evolució de les exportacions d'acord amb el seu valor en els tres períodes assenyalats anteriorment:

Exportació de teixits de punt per Barcelona segons el seu valor

Abans de la guerra		Anys de la guerra		Postguerra	
Any	Valor	Any	Valor	Any	Valor
1911	15.188	1914	10.266	1919	16.834
1912	15.879	1915	13.178	1920	10.369
1913	12.473	1916	17.018	1922	8.745
		1917	19.663	1923	11.534
		1918	11.590		

Font: Elaboració amb dades de la Cambra.

Comprovem que, fins l'any 1917, el valor de les exportacions creix més ràpidament que el de la quantitat exportada. Entre 1911 i 1917 el valor de les exportacions augmentà en un 29,26 per cent (la quantitat exportada només en un 24,07 per

cent), amb una acceleració major entre 1915 i 1917 com a conseqüència de la guerra. I quan observem la situació en els anys posteriors a la fi de la guerra, veiem que el descens del valor dels productes exportats és molt menor proporcionalment a la reducció de les quantitats exportades. Si les exportacions havien baixat, segons la seva quantitat, en un 172,88 per cent entre 1917 i 1922, el valor d'aquesta mateixa quantitat exportada s'havia reduït només en un 50,9 per cent.

Per tant, a l'etapa crítica de postguerra, quan la indústria tèxtil es veié afectada per una crisi de sobreproducció, anunciada anys abans per Cambó (6), entre altres, els industrials tèxtils del teixit de punt hagueren de reduir la producció de les seves riqueses en no comptar amb els mercats externs majoritaris de durant la guerra —els dels països bel·ligerants—, i es limitaren a exportar a les regions de la perifèria europea, la Mediterrània oriental i Amèrica Llatina.

Però les exportacions d'aquesta última etapa foren molt diferents a les del temps del conflicte europeu. Les exportacions eren menors, però els ingressos per cada producte exportat creixeren (vegeu la relació entre els productes exportats i el seu valor entre el 1911 i el 1923), cosa que els permetia de fer caure el pes de la crisi, o almenys en part, sobre la classe treballadora que es veia afectada per la manca de treball, amb la qual cosa, els exportadors reduïen els seus costos, augmentant els beneficis de l'exportació. En aquest cas, l'exportador no havia d'invertir per augmentar les seves ganàncies, sinó que reduïen els recursos humans, aprofitant que els termes d'intercanvi de la pesseta afavorien l'exportació, i amb el suport a més de la baixa dels preus del transport i les assegurances (molt elevats durant la guerra), es podia evitar en principi els efectes de la crisi a costa d'apujar el cost social.

ELS MERCATS LLATINOAMERICANS

Durant els anys de la guerra europea, la proporció de gènere de punt de cotó exportada a Amèrica pel port de Barcelona anà augmentant fins a arribar al màxim l'any 1917, que significà el 76,84 per cent del total exportat per Barcelona, sense comptar el que s'envià a Europa per via terrestre. Durant aquests anys, Argentina desplaçà Cuba com a principal comprador de productes tèxtils de punt espanyols a Amèrica, i nous mercats com Panamà (motivat per l'apertura del Canal el mateix any 1914), Xile i Uruguai adquiriren importància, i també destaca el creixement del comerç amb països petits que abans no tenien cap importància, però que en la nova circumstància, de conjunt adquirien alguna significació (vegeu en la taula següent la columna horitzontal *altres* que, encara que representa majoritàriament Perú i Equador, deixa veure una diversificació dels mercats).

Importa també per a comprendre la importància d'aquesta exportació a Amèrica que, com ja hem dit, una part important de les exportacions es realitzava per Portbou, i els mercats de l'Orient pròxim es trobaven aïllats com a conseqüència de la guerra naval que es lliurava a la Mediterrània impedit el tràfic mercant, i una vegada acabada la guerra recuperaven la seva importància: el 1919 s'exportaren a Turquia 194.449 Kg de teixits de punt pel port, a Grècia, 276.908 Kg, a Egipte, 27.000 Kg i a Argèlia 31.323 Kg, que en conjunt rebien 529.680 Kg, superant en un 30,5 per cent l'exportació a Amèrica Llatina.

Les vendes que es feren durant els anys de la guerra crearen múltiples expectatives de poder superar de forma definitiva la crisi de la producció tèxtil, com ho expressava el 1920 la revista "Mercurio":

Como la potencialidad industrial de esta notable rama de la manufactura textil se ha demostrado evidentemente por modo tan inesperado como insospechado durante los años de la guerra, y como el gusto de la calidad de los artículos son conocidos y apreciados en todos los mercados consumidores, y muy especialmente en los hispanoamericanos, hay lugar a suponer con fundamento que se mantendrá la sobreproducción exportable de 1917, que, atendiéndonos al valor arancelario, significó más de 25 millones de pesetas.

Se nos replicará seguramente por algunos que esto no podrá ser por la sencilla razón de que dentro de poco tiempo faltará el renglón primero y principal, que hoy es el de Francia. No negaremos la certeza de la observación, ni la exactitud del hecho próximo futuro, pero también creemos que esta pérdida tendrá su compensación en otros mercados del Cercano Oriente, Grecia, Egipto, Turquía y otros, y muy especialmente porque se irá intensificando cada vez más la exportación a los países hispanoamericanos, porque sus antiguos proveedores tardarán todavía bastante tiempo para encontrarse en condiciones de reanudar sus negocios (7).

Amb aquest interès fonamental per conservar la seva participació en els mercats americans, la Cambra de Productors de Gènere de Punt de Mataró encarregà a la Casa de Amèrica de Barcelona que enviés als seus delegats a ultramar un qüestionari de 27 preguntes que els permetria de conèixer quines eren les condicions d'aquell mercat en els moments posteriors a la guerra.

La Casa de Amèrica rebé resposta de 20 dels seus representants, dels quals nosaltres n'hem utilitzat 14 (que són els que contenien major informació) per elaborar aquest treball: Mèxic (Yucatán i Guadalajara), Colòmbia (Tumaco), Perú (Lima), Tacna i Arica (ciutats límitrofs de Perú i Xile), Xile (Iquique, Punta Arenas i Valdivia), Argen-

*Exportació de teixits de punt pel port de Barcelona cap als països llatinoamericans
entre 1915 i 1919*

País	1915	1916	1917	1918	1919
Argentina	113.078	229.561	270.333	273.419	141.759
Cuba	158.474	114.363	113.407	70.173	90.548
Xile	33.167	135.745	307.712	30.927	19.922
Colòmbia	29.160	79.786	82.804		2.493
Panamà	100.002	171.810	196.061	32.807	27.528
Uruguai	49.624	98.384	113.129	123.452	56.602
Veneçuela	160.375	82.428	91.892	36.642	7.561
Altres	1.063	77.323	17.700	27.577	21.823
Total Am. Llatina	644.943	989.400	1.193.038	594.994	368.236
Tant per cent total	62,39	72,70	76,84	66,13	27,71
TOTAL	1.033.623	1.360.836	1.552.572	899.660	1.328.519

Font: Elaboració amb dades de la Cambra de Comerç de Barcelona.

tina (Buenos Aires i Rosario), Paraguai (Asunción), Estats Units (Nova York), Veneçuela (Cumaná), Cuba (l'Havana), rebudes entre abril i agost de 1919.

De les respostes a les cinc primeres preguntes referides al tipus de gènere de punt que es consumien al país i el seu origen abans i després de la guerra, es poden treure les següents conclusions: en general, el gènere de punt es consumia a tots els països en una important varietat —samarretes, calçotets, mitjons de cotó, seda, llana i fil, així com roba de nen i senyora als països del con sud—. Sobre l'origen dels productes consumits es deia que: Paraguai, Cuba i Veneçuela importaven tot el que consumien; Estats Units, en canvi, ho produïa tot al país, i la resta dels països importaven els productes fins i de qualitat mitjana, produint una quantitat petita que corresponia a les qualitats més correntes o ordinàries.

La importació venia majoritàriament d'Estats Units, i existia un important mercat per als productes espanyols que eren majoritaris a Buenos Aires i Veneçuela (segons les respostes del qüestionari); però en general hom les ubica competint amb inferioritat de condicions amb els productes nord-americans, francesos i anglesos —ja que els alemanys havien estat desplaçats dels mercats internacionals amb la guerra—. Se'ns presenta el cas d'Iquique, a Xile, d'on s'afirma que una quantitat indeterminada de productes espanyols es venien en aquesta plaça etiquetats a Alemanya o altres països (possiblement a la situació anterior a la guerra).

Emili Boix, delegat comercial del govern es-

panyol als països del Plata descrivia així la situació al 1920:

Los principales abastecedores del mercado argentino fueron antes Inglaterra, Alemania, Francia e Italia. Pero en estos últimos años la situación ha cambiado, puesto que Alemania dejó de exportar y Francia e Italia disminuyeron en gran escala sus exportaciones.

Como resultado de todo ello, los Estados Unidos, con la fuerza arrolladora de su comercio y de su industria, empezaron a penetrar rápidamente en aquellos mercados y consiguieron colocarse en segundo lugar después de Inglaterra y serán su competidor más serio, sobre todo en artículos de Algodón.

También España, por la misma citada causa, aumentó en gran escala sus importaciones en la Argentina, sobre todo en algodón y lana, pero sin embargo el resultado no fue el que había derecho a esperar, dadas las circunstancias en que estaba nuestra industria textil.

Por último, Japón, como en muchos otros ramos que antes eran desconocidos en aquel mercado, se ha convertido en proveedor suyo y puede llegar a ser un rival temible para todos (8).

A continuació el qüestionari es detenia en un conjunt de preguntes, de la 7 a la 10, sobre l'evolució dels preus del gènere de punt corrent als mercats americans, i als llocs d'origen. Per l'interès que representa, donarem la informació en els quadres següents:

Evolució dels preus dels teixits de punt

	Preu mitjà al consumidor	Preu abans de la guerra	Preu de cost al punt d'origen 1919	Preu abans de la guerra
Cambra de Comerç de Cuba	mitges 3 i 4 Ps <i>calcetas</i> 2 i 3 Ps samarretes 6 i 7 Ps	mitges 1,7 i 2,5 <i>calcetas</i> 1 i 2 Ps samarretes 3, 2 i 4	mitges 1,6 a 2,5 <i>calcetas</i> 1,5 a 2 samarret. 3,2 a 3,7	50 per cent menys
Mèxic Guadalajara	mitges 75 cts. <i>calcetas</i> 75 cts. samarretes 1,5 Ps.	abans valien la meitat	mitges 13 cts. <i>calcetas</i> 13 cts. samarretes 25 cts.	abans valien la meitat.
Colòmbia Tumaco	<i>calcetas</i> 3 a 4,5 \$ samarret. 8 a 10 \$	<i>calcetas</i> 1 a 1,5 \$ samarretes 4 a 6 \$	<i>calcetas</i> 1,6 a 2 \$ samarretes 4 a 5 \$	<i>calcet.</i> 0,6 a 0,8 \$ samarret. 2,5 a 3 \$
Xile Valdivia	mitges 6 a 12 Ps. <i>calcetas</i> 10 a 25 Ps. samar. 20 a 40 Ps.	50 per cent més ba- rat.	en relació a l'ante- rior.	50 per cent més barat.

Arxiu de la Casa de Amèrica de Barcelona. Correspondència.

Sobre la base d'aquestes dades, es pot plantejar la hipòtesi d'una puja del 50 per cent dels preus dels teixits de punt de cotó a causa de la guerra, que afectà tant el consumidor americà, com els comerciants que s'havien d'abastar a l'estranger.

La pregunta onze deia: Quin és l'augment que pateixen els preus una vegada posats els gèneres al mercat? I les respostes variaven entre un 60 per cent dels llocs més allunyats (Punta Arenas a l'estret de Magallanes), un 40 per cent a Mèxic, Perú i Argentina, d'un 25 a un 30 per cent a Colòmbia i Veneçuela, i una franja del 20 al 30 per cent a Paraguai, Valdivia i Buenos Aires. Segurament el marge més probable sigui del 25 al 40 per cent, essent els extrems casos excepcionals.

La pregunta dotze deia: Abans de la guerra era aquest també l'augment? A què és deguda la diferència? Cal esperar que aquesta disminueixi? En termes generals, s'estava ben segur que abans de la guerra era menor (cosa que pot explicar, en certa mesura, les respostes del 20 per cent). I això es devia fonamentalment a l'encariment dels flets i les assegurances —pels riscos que corrien els vaixells que creuaven l'Atlàntic—. Pedro Granada, de Guadalajara, estimava que durant la guerra s'havia arribat a un 300 per cent de puja; i a Colòmbia, establien una relació del 40 per cent durant la guerra, i un dotze per cent els anys anteriors.

Als productors de Mataró també els interessava de conèixer quina era l'opinió dels delegats de la Casa de Amèrica respecte del transport marítim i els sistemes d'empacat de mercaderies (preguntes de la 13 a la 17). Les respostes coincidien a valorar com a més positiu l'existència de línies de navegació directa entre la península i els dife-

rents ports d'Amèrica, i s'insistia en el benefici que hi hauria per al comerç hispanoamericà que aquests trajectes es fessin per companyies de navegació espanyoles. En aquests llocs on la Compañia Transoceànica arribava de manera habitual, com era el cas de Nova York, La Plata, l'Havana o Cumaná a Veneçuela, que tenia contacte directe amb la Guaira, se sentien suficientment ben atesos i abastats de productes espanyols. La situació era diferent per a Mèxic, o els països de la costa del Pacífic que no tenien línies de comunicació directa amb Espanya i que volien evitar utilitzar intermediaris a Nova York o al port de Colón de Panamá, segons fos el cas. En qualsevol cas, era evident que els viatges des d'Espanya eren escassos per a sostenir un comerç més important tant per la quantitat de vaixells que feien la travessa, com pel tonatge que representaven (9).

En relació als embalatges i presentació de les mercaderies, tots coincidien en la necessitat de millorar els sistemes de protecció dels productes enviats per mar, utilitzant caixes que resistissin la travessia de l'oceà. I es recomanava que els productes es presentessin en caixes d'una dotzena cadascuna i degudament etiquetades segons la seva qualitat i característiques, imitant els sistemes alemanys que abans de la guerra havien donat molt bons resultats.

Acabarem l'anàlisi del qüestionari de la Cambra de Productors de Mataró fent referència a les preguntes sobre l'acceptació dels productes espanyols a Amèrica i els comentaris sobre les condicions de venda més encertades per a mantenir i augmentar la presència comercial dels productors del teixit de punt en aquells mercats.

La pregunta divuit deia: Amb quines condicions compren actualment aquests comerciants? Les respostes són unànimes en referir-se a l'ús habitual del pagament ajornat, presentant-se els següents casos significatius: per als països europeus tots coincidien a assenyalar que el pagament es realitzava a tres i sis mesos des de la data de facturació amb un interès del 6 per cent; i els venedors nord-americans oferien unes condicions de 30 i 60 dies sense interès. La fixació dels preus i les condicions de pagament definitives eren, d'acord al 57,1 per cent de les respostes analitzades, fruit de la negociació i la situació del mercat, el 28,5 per cent deia que invariablement s'imposaven els preus del venedor, i només en un cas, el de Mérida (Mèxic), afirmava que s'imposaven els compradors.

Sobre si es consumien productes espanyols, en el 100 per cent dels casos la resposta era afirmativa. Però sobre les condicions del comerciant espanyol es deixaven caure les crítiques més dures: vuit respostes, les corresponents a Cuba, Veneçuela, Mèxic, Colòmbia, Perú, Rosario (Argentina) i Paraguai, que representaven el 72,72 per cent (tres no respongueren a aquesta pregunta) afirmen que les condicions dels comerciants espanyols no són acceptades en aquelles places, degut fonamentalment al fet que exigeixin el pagament al comptat, o crèdits en bancs espanyols.

De tota manera, es reconeixia que els teixits de punt que arribaven a Amèrica eren minoritaris respecte als competidors internacionals, que oferien una qualitat similar però a preus més barats o en condicions de crèdit més fàcil i adequades al mercat.

Les expectatives de futur per a les exportacions espanyoles de teixits de punt, vistes pels delegats i corresponsals de la Casa de Amèrica de Barcelona residents als països americans, que d'alguna manera reflectien un estat més general de tot el comerç espanyol, eren francament negatives. El primer any de postguerra havia vist reaparèixer amb força les potències comercials europees que s'havien imposat a Alemanya els anys anteriors, i amb això havia retrocedit el comerç espanyol que no havia estat capaç de superar-se davant les condicions d'excepció que havia provocat la guerra, aprofitant una conjuntura favorable, però sense aplicar una política exterior que superés les limitacions tradicionals que havien obstaculitzat el desenvolupament d'aquesta activitat (10). Aquesta situació queda reflectida en les respostes dels delegats de la Casa de Amèrica que, el 1919, establien una caracterització del comerç espanyol amb Amèrica Llatina sobre la base de les deficiències d'aquest comerç: destacava com a primera prioritat el problema del preu, *buena calidad pero precios muy altos* era la frase més utilitzada; la seguien les crítiques sobre la serietat dels exportadors espanyols per a complir els compromisos oportunament: era comú el retard de les coman-

des, la diferència de qualitat entre les mostres i els productes que s'enviaven finalment i l'absència de crèdits de què ja hem fet referència. Continuava aquesta descripció assenyalar les deficiències del sistema comercial espanyol, que íntimament relacionat amb els factors anteriors s'identificava per la falta de publicitat, la poca freqüència dels viatjants de comerç i la seva poca preparació. Tot això redundava en un factor decisiu per al comerç com ho assenyalaven els representants de la Casa de Amèrica que, malgrat que molts comerciants de Amèrica eren espanyols, les dificultats per comerciar amb productes de la península els feia preferir els d'altres països.

César Yáñez

NOTES.

- 1.- BERETTA CURI, Alcides. *El comercio entre el Puerto de Barcelona y América Latina (1898-1931): El Programa Americanista de la burguesía catalana*. Tesi doctoral inèdita presentada a la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona. Barcelona, 1985.
- 2.- YÀÑEZ GALLARDO, César. *El Americanismo de la burguesía catalana. Un proyecto imperialista*. Tesi de llicenciatura inèdita presentada a la Facultat de Lletres de la Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, 1985.
- 3.- RAHOLA i TRÈMOLS, Federico. *Sangre nueva. Impresiones de un viaje a América del Sud*. Barcelona, 1905.
- 4.- L'any 1910 les institucions polítiques i econòmiques de Barcelona celebraren el primer centenari de la independència de Mèxic amb actes públics i cerimònies presidides per l'ambaixador mexicà a Espanya.
- 5.- *Mataró y su industria de géneros de punto*, a "Mercurio" núm. 250 (16 març 1916) Barcelona, 1916.
- 6.- CAMBÓ i BATLLE, Francesc. *La Acció Privada i la Acció de l'Estat en les indústries que tenen sobre producció*. Terrassa, 1917. "Mercurio", el 1916, en plena expansió comercial exterior, deia: *Conviene, no obstante, que los fabricantes de género de punto, sea de lana o algodón no se dejen deslumbrar por los grandes pedidos ocasionales, atendiendo exclusivamente a estos, descuidando los fijos y permanentes y los que pueden obtener para sustituir la producción extranjera, porque estos deben ser la base del futuro desenvolvimiento de su industria con carácter estable y verdaderamente beneficioso*. A "Mercurio" núm. 250, *Comercio exterior del Género de Punto*. Barcelona, 16 març de 1916.
- 7.- *El Comercio Exterior del Género de Punto*. A "Mercurio" núm. 361, Barcelona, 17 de juny de 1920, p. 147.
- 8.- BOIX, Emilio. *El Comercio Hispano Americano*. A "Mercurio", Barcelona, 1920, p. 173-175.
- 9.- VEGEU ROLDAN, S.; GARCIA DELGADO, J.L. i MUÑOZ, J. *La consolidación del Capitalismo en España*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorro, 1973.
- 10.- VEGEU CASALS COUTURIER, Muriel. *La primera guerra mundial i les seves conseqüències; un moment clau del procés d'industrialització a Catalunya: el cas de la indústria llanera a Sabadell*. Tesi doctoral inèdita. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1981.