

Los Rocamora, la industria jabonera barcelonesa y el mercado colonial antillano (1845-1913)*

● RAMON RAMON I MUÑOZ
Universitat de Barcelona

La historia de la industria jabonera española es muy poco conocida. El olvido historiográfico de este sector es difícil de justificar, en especial si se considera que el consumo de jabón es indicativo del grado de desarrollo y modernización alcanzado por una sociedad, y que la jabonería, como gran consumidora de álcalis, contribuye a la creación de una industria química moderna¹. En cualquier caso, una primera aproximación a la industria española del jabón muestra cómo a finales del siglo XIX ya se habían creado, gracias a la demanda urbana pero no sólo debido a ella, centros y empresas jaboneras de dimensiones sorprendentes, comparables a sus homólogas extranjeras. El objetivo de esta nota es el de describir la trayectoria de una de ellas, la firma "Rocamora" de Barcelona. Su desarrollo inicial y su posterior evolución, aunque singulares, permiten destacar algunos aspectos esenciales en la industria del jabón, formular algunas hipótesis y evidenciar grandes interrogantes sobre el desarrollo del sector. Las dimensiones y magnitud alcanzados por la empresa son una prueba de las posibilidades que ofrecían los mercados coloniales antillanos. La "Rocamora" contribuyó de forma destacada a hacer de Barcelona un importante centro jabonero.

Industria jabonera y mercados exteriores: los Rocamora, Barcelona y las Antillas

La fabricación de jabón necesita de dos inputs básicos, un cuerpo graso y un álcali cáustico; de diversas operaciones que transformarán la mezcla de ambos inputs en jabón; y de una

* Esta nota forma parte de una investigación en curso sobre las industrias del sector de los oleaginosos en España, durante la segunda mitad del siglo XIX y primer tercio del XX. Agradezco al Sr. Antoni Rocamora Pellicer, marqués de Villamizar, la posibilidad de acceder, con todo tipo de facilidades, a la documentación de la empresa "Rocamora y Cía" de Barcelona.

1. Nadal (1986), p. 50.

caldera preparada para recibir calor y para realizar buena parte de esas operaciones. Las primeras materias representan una proporción elevadísima en los costes de fabricación². Su uso correcto y adecuado, así como un buen dominio del oficio, determinan la bondad y calidad del producto. Su aprovechamiento integral ofrece una importante rentabilidad. De hecho, la utilización de materias primas cada vez mejores, de producción más regular, más eficaces y más económicas es lo que ha guiado, en buena medida, la modernización del sector a lo largo del ochocientos³. El jabón tradicional estaba hecho de aceite de oliva o de algunas grasas animales y de barrillas naturales. Desde el primer tercio del siglo XIX, los aceites de granos oleaginosos (sésamo o lino) y la sosa Leblanc empezaron a ser adoptados en la fabricación de jabón. A partir del último cuarto de siglo XIX, las materias primas utilizadas fueron los aceites de coco, copra, algodón o cacahuete y la sosa Solvay. Sin desplazar a estas últimas, en la primera década del siglo XX nuevos inputs se incorporaron a la fabricación de jabón (ácidos grasos, aceites sulfonados o grasas hidrogenadas y sosa electrolítica).

El jabón es un producto de mucho volumen y poco valor, extremadamente sensible al precio del transporte. Las materias primas que utiliza, aunque en menor medida, también. En consecuencia, la facilidad en el aprovisionamiento o en el acceso a los centros de consumo, la existencia e intensidad de los flujos comerciales o la posibilidad de internalizar parte de los costes de comercialización resultan ser elementos importantísimos para una empresa jabonera⁴.

En Francia, primero, y Gran Bretaña, después, el fácil acceso a las materias primas y el control de importantes rutas comerciales han permitido proyectar a sus más destacados centros jaboneros al escenario internacional⁵. En España, la ausencia de ambos factores ha sido suficiente para alejar a los fabricantes de jabón del contexto mundial. Sin duda, la jabonería española no ha sido una industria especialmente exportadora.

Antes de 1914, cuando salía del territorio peninsular, el jabón español tenía como único destino el mercado colonial antillano. Con la pérdida de Cuba y Puerto Rico, y ante la imposibilidad de encontrar otros mercados, las exportaciones de jabón acabaron siendo insignificantes. Sin embargo, ni la caracterización global de la industria, ni el destino del producto, ni el fracaso final de la experiencia exportadora deben ocultar los éxitos parciales.

A partir del primer tercio y hasta el último cuarto del siglo XIX, las jabonerías tradicionales de Mallorca y de Málaga vieron afianzada su posición gracias a la exportación de jabón a las Antillas. Desde 1876, y una vez ganada la "batalla" a los jaboneros malagueños y, en especial, a los mallorquines, la jabonería barcelonesa fue la única beneficiaria del control colonial. Su dominio coincidió con la promulgación de la Ley de Relaciones Comerciales de 1882 y con la crisis de la propia jabonería cubana.

2. En 1903, la "Unione di Saponerie Italiane" calculaba que representaban un 80 % de los gastos -75 % los aceites y las grasas y 5 % los álcalis-. En 1904, la empresa británica "Crosfield & Sons" ofrecía una proporción muy similar. Scansetti (1917), pp. 421 y 422, y Musson (1967), p. 178.

3. Pierrein (1975); Masson y otros (1926); Musson (1967); Wilson (1954); Haber (1969).

4. Pierrein (1975), p. 241; Bontoux (1910-1912), vol.II, pp. 407-408; Wilson (1954), vol. I, p. 11.

5. Pierrein (1975); Wilson (1954).

CUADRO 1

CAPACIDAD PRODUCTIVA DE LAS CALDERAS DE JABÓN DURO Y BLANDO, PRODUCCIÓN DE JABÓN DURO Y EXPORTACIONES DE JABÓN COMÚN DE LA EMPRESA "ROCAMORA", Y DE BARCELONA, MARSELLA Y ESPAÑA. AÑOS SELECCIONADOS ENTRE 1863 Y 1913⁶.

Años	Capacidad calderas de jabón (miles litros)			exportaciones de jabón común (En tms.)				Producción de jabón duro (En tms.)	
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(4)	(1)	(4)
1863	sd.	7,4	109,7	sd.	1.657,4	3.867,9	sd.	sd.	sd.
1879	25,0	201,6	1.391,9	2.589,1	3.823,1	4.591,1	sd.	2.625,4	sd.
1890	sd.	277,4	1.389,4	7.104,6	7.833,7	7.895,3	12.137,5	7.996,2	97.100,0
1895	sd.	471,4	1.894,3	7.024,4	8.712,6	8.793,5	15.212,5	8.279,1	121.700,0
1900	sd.	440,5	1.930,8	4.948,1	5.902,8	6.106,6	18.895,8	6.463,4	124.782,1
1903	139,9	336,6	1.807,5	4.583,9	5.993,3	6.234,8	23.190,3	6.236,8	128.388,9
1907	56,0	403,5	2.103,4	2.336,7	2.899,2	3.037,7	21.918,2	4.776,3	136.798,6
1913	56,0	333,0	1.727,4	sd.	1.599,1	1.906,3	34.000,0	sd.	180.000,0

LEYENDAS: sd., sin datos. (1), Rocamora. (2), Barcelona. (3), España. (4), Marsella. FUENTES Y NOTAS: Las citadas en la nota 6.

Sin duda, las salidas de jabón hacia las Antillas acabaron por tener una gran trascendencia⁷. A finales del siglo XIX, Barcelona se erigió como el gran centro jabonero español de la época y como una destacada plaza de la jabonería mediterránea, sobre todo si la comparamos con Marsella, la capital europea de la jabonería ochocentista y un centro de primer orden en el comercio de materias oleaginosas⁸. En 1895, la ciudad catalana concentraba el 25 % de la capacidad productiva y el 97 % de las exportaciones españolas de jabón. Estas salidas sumaban cerca del 60 % de las de jabón marsellés.

6. FUENTES: (1) Archivo Rocamora (AR), *Estadística "Rocamora Hnos."*. Barcelona, *Productos fabricados*, 1878-1900 y 1901-1907. *Matrículas industriales de Sant Martí de Provençals*, 1907 y 1913. Nadal y Tafunell (1992), p.100. (2) *Estadística(s) Administrativa de la Contribución Industrial y del Comercio*, de los años considerados. *Estadística(s) del Comercio Exterior de España*, de los años considerados. (3) Las mismas que (2). (4) *Compte rendu de la situation commerciale et industrielle de la circonscription de Marseille pendant l'année 1909*. Marseille. Imprimerie Marsellaise, 1910. Masson y otros (1926), p.449. Pierrein (1975), p.242. NOTAS: La capacidad productiva de los Rocamora de 1903 corresponde a 1904, la de 1907 a 1906. En 1890 y 1895 supongo que la exportación de Marsella es un 12,5 de su producción. Las cifras españolas de capacidad de las calderas de jabón no incluyen el País Vasco y Navarra. En la *Estadística "Rocamora Hnos."*... los datos están expresados en cajas. A partir de la información ofrecida por otras fuentes, estimo que cada caja equivale a 46 kgs. de jabón, peso bruto. Para obtener el peso neto, he deducido del peso bruto una tara del 13,91 % (Ronquillo (1851), p. 285). Debo advertir que, a tenor de la producción declarada por la empresa "Rocamora", la capacidad productiva de sus calderas es posible que fuera sensiblemente mayor a la que consta en las "Matrículas industriales".

7. La importancia del mercado antillano para la jabonería barcelonesa ya fue destacada por Vicens Vives y Llorens (1961), pp. 67 y 68. La participación del jabón en las exportaciones españolas a Cuba y Puerto Rico puede seguirse en Maluquer de Motes (1974), pp. 342-345.

8. Soiron (1905); Masson y otros (1926) y Pierrein (1975).

CUADRO 2
EXPORTACIONES DE JABÓN DE ESPAÑA (1875-1914) Y DE LA EMPRESA
“ROCAMORA” DE BARCELONA (1878-1907). En tms. y porcentajes⁹.

Años	(1)	(2)	(3)	Años	(1)	(2)	(3)
1875	5.513,03	sd.	-	1895	8.973,49	7.024,44	78,28
1876	4.771,79	sd.	-	1896	8.018,77	6.383,52	79,61
1877	6.133,89	sd.	-	1897	7.157,90	5.701,41	79,65
1878	4.300,06	2.037,10	47,37	1898	6.563,11	4.687,85	71,43
1879	4.591,10	2.589,13	56,39	1899	7.598,59	6.221,75	81,88
1880	3.034,14	1.659,75	54,70	1900	6.106,57	4.948,14	81,03
1881	3.572,83	2.348,64	65,74	1901	7.850,99	6.108,06	77,80
1882	4.193,70	2.803,84	66,86	1902	6.251,38	5.425,32	86,79
1883	4.222,81	2.969,21	70,31	1903	6.234,75	4.583,98	73,52
1884	4.904,22	3.147,96	64,19	1904	4.759,86	3.806,83	79,98
1885	5.719,12	4.298,50	75,16	1905	4.749,00	3.462,78	72,92
1886	6.624,42	5.112,16	77,17	1906	3.435,16	2.672,05	77,79
1887	5.815,57	4.699,33	80,81	1907	3.037,71	2.336,68	76,92
1888	7.209,38	5.462,94	75,78	1908	2.629,75	sd	-
1889	6.564,74	5.352,85	81,54	1909	2.277,40	sd	-
1890	7.895,31	7.104,64	89,99	1910	2.577,48	sd	-
1891	8.148,76	7.381,84	90,59	1911	3.058,45	sd	-
1892	9.221,96	7.280,26	78,94	1912	2.473,84	sd	-
1893	9.596,07	7.533,70	78,51	1913	1.906,30	sd	-
1894	10.429,38	8.243,73	79,04	1914	2.206,06	sd	-

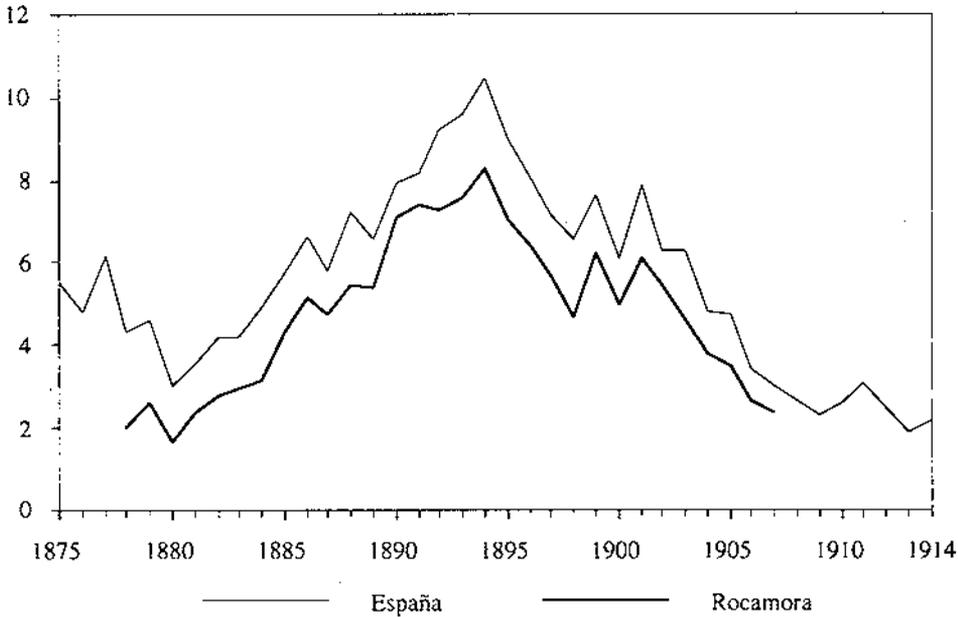
LEYENDAS: sd., sin datos, (1) España, (2) “Rocamora”, (3) Porcentajes, [(2)/(1)*100]. FUENTES: *Estadística (s) del Comercio Exterior de España, 1875-1914*, AR, *Estadística “Rocamora Hnos.”, Barcelona. Productos fabricados, 1878-1900 y 1901-1907*. NOTAS: Véase nota 9.

Pero el éxito de Barcelona como centro jabonero se debió exclusivamente a una sola empresa: la “Rocamora”. El cuadro 1 no sólo ofrece cifras categóricas al respecto sino que muestra cómo la importancia alcanzada por la empresa, y también su posterior declive, estaba estrechamente vinculada a la existencia de mercados exteriores, cubanos y puertorriqueños en este caso. El cuadro 2 y el gráfico 1 son tan concluyentes cómo impresionantes.

9. Las *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, expresan las cantidades de jabón en peso neto. Supongo que la tara oficial coincide con la aplicada a las cifras de la empresa “Rocamora”.

GRAFICO 1.

EXPORTACIONES DE JABON DE ESPAÑA (1875-1914) Y DE LA EMPRESA "ROCAMORA" (1878-1907)



Entre 1878 y 1907, las exportaciones de jabón de la empresa "Rocamora" representaban en torno al 80 % de las exportaciones de jabón español. A finales del siglo XIX, y gracias al control del mercado colonial antillano, la firma "Rocamora" no sólo se había convertido en una de las jabonerías más importantes de España, por no decir la más importante¹⁰, sino que podía compararse sin reparo con los principales fabricantes de jabón de Marsella. En 1903, el *Syndicat des fabricants de savon de Marseille* otorgaba a las jabonerías más importantes de la localidad una producción anual de 10.000 tms¹¹. Ese mismo año, la firma "Rocamora" estaba produciendo 6.236 tms. de jabón, ¡casi el 63 % de los grandes jaboneros marseilleses!

10. Nadal y Tafunell (1992), p. 100. Por los datos que poseo, "Lizariturry y Rezola" de San Sebastián debía ser la otra gran jabonería española de la época. Véase Bustinduy (1894), pp. 13-16.

11. Pierrein (1975), p. 244.

Hacia la "conquista" del mercado colonial antillano: la etapa inicial de la empresa "Rocamora" (1845-1876)¹²

Marcos Rocamora Laporta, iniciador del negocio, había nacido el año 1815 en la ciudad de Barcelona. En 1845 disponía de un pequeño taller de velas de sebo. En 1861, asociado con Juan Illa Mestres, invertía 100.000 ptas. en la creación de la empresa "Rocamora e Illa", destinada a producir jabones y bujías esteáricas. En esos años el suministro de las materias primas y la venta del producto se realizaban en el ámbito peninsular, sobre todo en Cataluña, el litoral mediterráneo y algunas ciudades de Andalucía.

Hacia 1865, la actividad industrial de Marcos Rocamora experimentó un progreso notabilísimo, crucial para la evolución posterior del negocio. Sin prescindir del mercado peninsular, las ventas de jabón y bujías empezaron a dirigirse, cada vez con más intensidad e importancia, hacia Cuba (La Habana, Santiago, Matanzas, Cienfuegos) y Puerto Rico (San Juan). La expansión del comercio y de la producción necesitó de un abastecimiento más regular de las materias primas y estimuló la búsqueda de inputs más eficientes y más económicos. Pausadamente, Marsella iba ocupando el primer lugar en el suministro de sebos, aceites de granos (palma) y sosas artificiales (sosa Leblanc). Los citados cambios coincidieron con la creación de una nueva sociedad. Sin abandonar la razón social "Rocamora e Illa", Marcos Rocamora se asociaba con su yerno Bernardo Magrí y constituía la firma "Magrí y Cía.". Desde el momento en que el jabonero catalán decidía aumentar su presencia en el mercado antillano, le fue necesario crear y controlar una red comercial de agentes y comisionistas mucho más extensa. En este sentido, el papel de Bernardo Magrí, piloto de la marina, había de ser esencial. Atrás quedaba la relación, en su mayor parte directa, que mantenía la empresa con los compradores peninsulares. En cualquier caso, la experiencia colonial antillana había sido fructífera y Marcos Rocamora debió ver en este mercado una posibilidad de vender a precios remuneradores y una oportunidad para realizar ganancias substanciales. Entre 1865 y 1868, los balances de "Magrí y Cía." arrojan una rentabilidad financiera, entendida como la relación porcentual entre los recursos propios y los beneficios, del 18 %¹³. Una cifra nada desdeniable cuando se compara con la obtenida por empresas de otros sectores.

En un contexto de relativa prosperidad, Marcos Rocamora no dudó en mejorar y renovar la totalidad de la empresa y en procurar una mejor formación a sus sucesores. Para ello envió a uno de sus hijos a Francia. En 1867, Antonio Rocamora Pujolá se había trasladado a Marsella con el objetivo de conocer el funcionamiento de este mercado, seguirlo de cerca y realizar diversas operaciones. Pero también con la intención de establecer contactos con los fabricantes de bujías y jabón de la capital provenzal, visitar sus fábricas, conocer sus métodos de pro-

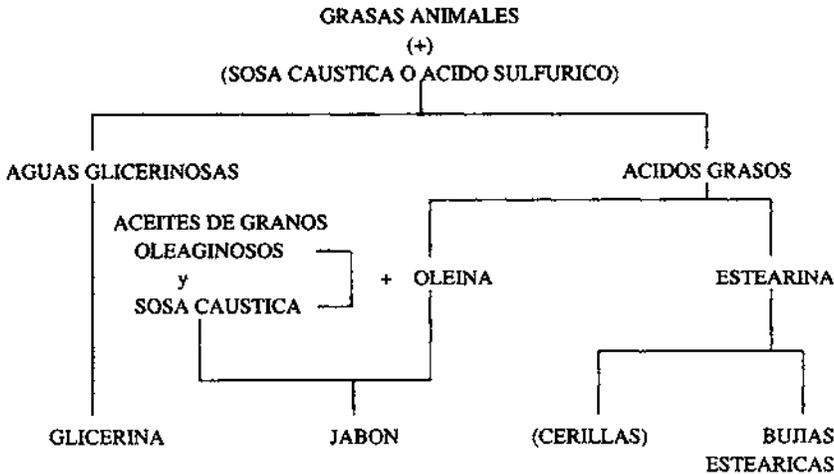
12. En la redacción de este apartado utilizo, fundamentalmente, la correspondencia mercantil de la empresa, fragmentaria y no seriada (AR, *Correspondència, 1855-1877*), así como documentación notarial y registral (Archivo Histórico de Protocolos de Barcelona [AHPB], Notario Ignacio Ferran Sobrequés, 1862-1870. Registro de la Propiedad Mercantil de Barcelona [RPMB], Libros de Sociedades, Volúmenes 3, 5, 58, 80, 89, 105 y 243).

13. AR. "Inventario o sea estado de la Sociedad Magrí y Cía en 31 de diciembre de 1865, (...) 12 de julio, (...) 19 de enero de 1867, (...) 23 julio 1867, (...) 24 enero 1868".

ducción y procurarse cartas de recomendación para acceder a diferentes instalaciones de otras ciudades francesas (Lyon y París).

Mientras Antonio Rocamora ampliaba conocimientos y completaba su formación en Francia, su padre se disponía a dar una nueva dimensión al negocio. En 1869, la empresa adquiría terrenos en Sant Martí de Provençals —el barrio barcelonés, entonces pueblo— e iniciaba la edificación de una nueva fábrica. Ese mismo año, la sociedad “Magrí y Cía.” cambiaba su nombre por el de “Magrí, Rocamora e hijos” y poco después ya pasaba a denominarse “Rocamora e hijos”. Los cambios citados coincidieron con la entrada en el negocio de los hijos de Marcos Rocamora Laporta y con el abandono de Bernardo Magrí. La marcha de este último —por motivos que desconozco— no debió ser tan grave para la actividad, sobre todo porque quizá existió una estrategia compensatoria. Marcos Rocamora Pujolá, uno de los herederos del fundador, estaba casado con Ana Vidal, hija de José Vidal, copropietario de la sociedad naviera “Sala y Vidal” de Barcelona.

CUADRO 3
ESQUEMA DE FABRICACION INTEGRAL DE LA EMPRESA
“ROCAMORA”.



A mediados de la década de 1870, y a pesar de todas estas alteraciones, la nueva fábrica de los Rocamora estaba terminada y preparada para producir a gran escala. La modernidad de su equipo, el uso de materias primas eficientes y los métodos de aprovechamiento integral de las mismas (cuadro 3) resultaban modélicos. La estancia de Antonio Rocamora en Francia había sido muy positiva para la empresa.

Dominio y beneficios del comercio colonial antillano: los Rocamora inician una nueva estrategia inversora (1876-1895).

En 1879, la firma "Rocamora e hijos" exportaba a ultramar casi 2.600 tms. de jabón (el 56,4 % de las exportaciones españolas del artículo). En 1890 ya había triplicado sus exportaciones y concentraba el 90 % de las salidas exteriores del jabón español. El dominio antillano de los Rocamora está fuera de dudas. Su importante expansión a lo largo de la década de 1880 y mediados de la siguiente, también. Para el dominio antillano, han tenido tanta importancia los factores de orden comercial (vinculación con el capital mercantil e internalización de los gastos comerciales, etc.) como los de orden industrial (modernización, utilización eficaz de las materias primas, etc.), decisivos en orden a ofrecer un producto más competitivo que el de sus contrincantes¹⁴. Para la expansión del negocio, fue la Ley de Relaciones Comerciales de 1882 y los perniciosos efectos que ésta tuvo sobre la industria jabonera cubana, lo que garantizó una etapa de esplendor a la empresa "Rocamora"¹⁵. Por último, su extrema —y peligrosa— preferencia por Cuba y Puerto Rico debió estar relacionada con la posibilidad de obtener más ganancias que en el mercado peninsular.

En una coyuntura expansiva, de dominio casi absoluto del comercio jabonero colonial y de fuerte implantación en el mercado antillano, los beneficios de los Rocamora debieron ser excepcionales. Pero, ¿dónde se invirtieron estas ganancias? La falta de documentación precisa sitúa en el terreno de la hipótesis cualquier respuesta detallada. Si bien es cierto que inicialmente los beneficios se dirigieron a ampliar y mejorar el equipo productivo (consta que en 1894 la firma disponía de 12 calderas de vapor, con una potencia global de 470 cv)¹⁶, parece claro que en esos años finiseculares la empresa inició una nueva política inversora, cada vez más alejada del sector estrictamente industrial y más próxima al sector inmobiliario.

En 1888, los Rocamora adquirían una finca de 68 has. por un valor de 14.581 pesos, apta para la plantación de caña de azúcar, y ubicada en el término municipal de Cabo Rojo, en Puerto Rico¹⁷. En los mismos años, los Rocamora iniciaban la adquisición de un importante nú-

14. No debe olvidarse, la posibilidad de contar con el puerto de Barcelona, de gran importancia por su intensidad de tránsito y porque facilitó el acceso a las rutas comerciales necesarias a la empresa. Sobre estos temas véase Clavera y otros (1992), Pascual (1990), pp. 196-198, y Fradera (1987), pp. 251-256. También es necesario advertir que en la década de 1870 se inició un importante aumento del comercio internacional de aceites de granos oleaginosos y de sebos, utilizados preferentemente por los jaboneros barceloneses. Véase Pierrein (1975), pp. 188-206, y Zambrana (1987), pp. 281-321.

15. Gracias a la presencia de fabricantes de origen catalán, desde la década de 1860 se estaba desarrollando en Cuba una incipiente industria jabonera. Las materias primas que empleaban pagaban derechos muy superiores a los de la metrópoli, pero en cambio los jaboneros cubanos se beneficiaban de la existencia de aranceles sobre el jabón peninsular. Mientras uno u otro elemento se mantuviera estable, la supervivencia de la jabonería antillana parecía asegurada. En la medida que la Ley de Relaciones Comerciales de 1882 rebajaba progresivamente los aranceles antillanos sobre los productos españoles, también del jabón, la situación de la jabonería cubana se volvió insostenible. Cámara de Comercio, industria y Navegación de la Habana (1891), p. 388. Fabricantes de jabón de la Habana (1891), pp. 3-17. Maluquer de Motes (1974), p. 346 y (1992), pp. 62-94.

16. Nadal y Tafunell (1992), p. 323.

17. "Colegio Notarial de la Isla de Puerto Rico. Distrito de Mayaguez. Notaría de Don Santiago R. Palmer. Escritura pública nº 77, otorgada el 14 de diciembre de 1888", AR, *Documentación Diversa*, 1876-1891.

mero de terrenos e inmuebles urbanos en el Paseo de Gracia de Barcelona. No puedo precisar el valor de estas inversiones, pero una primera aproximación a los "Índices" del Registro de la Propiedad muestra un volumen de operaciones excepcionalmente elevado¹⁸.

En el caso de los Rocamora, las inversiones inmobiliarias parecen haber superado a las industriales. Si se considera que en torno a 1890 sus negocios jaboneros tuvieron que soportar una coyuntura muy desfavorable¹⁹, se comprende el interés por asegurar las inversiones. De conocerse con mayor detalle las alternativas de inversión y la rentabilidad ofrecida por los diferentes sectores económicos, quizá se entendería mejor su opción inversora²⁰. En cambio, mucho más difícil de explicar son las limitaciones de los Rocamora en la búsqueda de mercados alternativos a los antillanos, no tanto en el exterior sino en el propio territorio español.

La pérdida del mercado antillano y el inicio del declive de la firma "Rocamora" (1895-1913).

El Tratado de París (25 de diciembre de 1898) acabó con el dominio español sobre las Antillas. La pérdida fue fatídica para los Rocamora. Desde mediados de la década de 1890, las exportaciones de jabón disminuyeron de forma imparable. La producción también (cuadros 1 y 2, gráfico 1).

El primer aspecto, la constante caída de las exportaciones, refleja la imposibilidad de la empresa por competir en el mercado internacional. No era fácil hacerlo. En Europa, la industria británica, encabezada por "Unilever", se estaba imponiendo con claridad. Al otro lado del océano, los jaboneros estadounidenses, y entre ellos la firma "Procter and Gamble", proyectaban todo su poder sobre el continente americano²¹. A partir de la primera década de este siglo, y a pesar de todas sus ventajas, la jabonería marsellesa – importante y prestigiosa – sucumbía en el mercado mundial²². En este contexto, los Rocamora de Barcelona poco podían hacer en el mercado internacional, y menos cuando el arancel de 1891 había en-

18. Por ejemplo, en 1908 los herederos de José Rocamora Pujolá recibieron fincas urbanas por un valor de más de 2,5 millones de ptas. En 1918 las hijas de Antonio Rocamora Pujolá heredaron unas 80 fincas urbanas (Registro de la Propiedad de Barcelona (RPB). Registro nº 1: *Índice de personas*, 1862-1956. Registro nº 4: *Gracia. Libro de propietarios*, 1899-1908. RPMB. *Libros de sociedades*, volúmenes citados).

19. Desde la promulgación de la "Ley de Relaciones Comerciales" de 1882, las protestas de los jaboneros cubanos fueron continuas, amenazantes ante los intereses de los Rocamora (Fabricantes de jabón de la Habana (1891), pp. 3-17). Desde la entrada en vigor, en julio de 1891, del "Convenio de Relaciones Comerciales entre Estados Unidos y las Islas de Cuba y Puerto Rico" (Real Decreto de 28-VII-1891. Gaceta de Madrid de I-VIII-1891), quedaban declaradas libres de derechos todas las materias primas necesarias a los jaboneros cubanos y procedentes de Estados Unidos.

20. Sobre el sector de la construcción en Barcelona véase Tafunell (1989) y (1992).

21. Wilson (1954); Lief (1958).

22. En Marsella, los jaboneros podían obtener a buen precio y fácilmente, las materias oleaginosas necesarias. Las colonias francesas eran productoras de granos oleaginosos (cacahuet, palma) y, entre 1863 y 1933, su importación estaba libre de cualquier gravamen. Pierrein (1975), pp. 203-206, 169-187, 245 y 253-257.

carecido las importaciones de todas las materias primas necesarias para la fabricación de jabón²³.

La presencia en el mercado interior, en cambio, parecía más asequible a los jaboneros barceloneses. Y ciertamente, los progresos fueron más que notables. Hacia 1880 las ventas de jabón a la Península no superaban las 300 tms., en 1895 eran de 1.250 tms., y en 1907 ya ascendían a 2.450 tms. Sin embargo, estos incrementos no fueron suficientes para compensar la pérdida de las exportaciones antillanas. La incapacidad de la firma "Rocamora", una empresa moderna y de grandes dimensiones, para imponerse con claridad al resto de competidores peninsulares resulta evidente. La razones de esta situación no lo son tanto. A falta de la necesaria documentación privada y de un mejor conocimiento del mercado interior jabonero, cualquier intento de respuesta debe considerarse provisional.

En España, entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX, parece observarse una doble situación. Por un lado, es posible identificar importantes empresas jaboneras en las áreas urbanas, con proyección en el mercado local y regional pero, posiblemente, con menor penetración fuera de él²⁴. Por otro, y debido a la diferente disponibilidad de materias primas y a las necesidades de la demanda, se observa una diferenciación regional del tipo de jabón²⁵. El coste del transporte y la diversidad del producto, junto a una demanda extremadamente concentrada en los centros urbanos, habrían originado una cierta fragmentación del mercado y dificultado la expansión territorial de la firma barcelonesa. Por otra parte, y en el mercado barcelonés, los Rocamora habrían visto frenadas sus posibilidades debido a la existencia de empresas jaboneras de menores dimensiones pero modernas, dinámicas y especializadas en el mercado local. En 1908, la firma "Hijos de E. Barangé", ubicada hasta entonces en Granollers, se había instalado en Barcelona. El aparato y utillaje de la nueva fábrica era totalmente nuevo. El tratamiento y uso de las materias primas incorporaba los últimos avances²⁶. Contrariamente, y desde finales del siglo XIX, los Rocamora no parecen haber renovado su negocio jabonero. Los primeros han acabado convirtiéndose en los principales jaboneros catalanes. Los segundos han tenido que mantenerse a la defensiva hasta su cierre en 1956.

23. La empresa "Rocamora" importaba todas las materias primas del exterior. Los sebos animales llegaban, en su mayor parte, de Argentina y Uruguay, los aceites de granos oleaginosos lo hacían, por vía indirecta, de Marsella, y los álcalis cáusticos se importaban de Gran Bretaña. Con el arancel de 1891, y en un intento de proteger el sector oleícola español, todas las materias oleaginosas verían aumentados sus derechos de entrada. Con el mismo arancel, pero debido a causas diferentes, el gravamen a la importación de álcalis cáusticos se multiplicaba por cuatro. Zambrana (1993), pp. 70-73, Serrano Sanz (1987), pp. 212-213.

24. Este podría ser el caso de "Hijos de Luca de Tena", de Sevilla, "Lizariturry y Rezola", de San Sebastián, "Antigua Jabonera Tapia y Sobrino", de Bilbao, o "La Rosario" de Santander, por citar algunos ejemplos representativos.

25. Zambrana (1992), pp. 81-82.

26. La documentación gráfica que conserva la empresa, muestra el uso de aparatos de autoclave, utilizados para desdoblar los grasos en ácidos y glicerina, el empleo de filtros a presión, aptos para eliminar residuos derivados de la caustificación de los álcalis, y la existencia de prensas para la fabricación del aceite de granos que la misma empresa habría de consumir. Agradezco al Señor Esteban Barangé Tusquets, gerente de "Hijos de E. Barangé, S.A.", el acceso a esta documentación.

Conclusiones

En las últimas décadas del siglo XIX, la posibilidad de acceder al mercado colonial antillano benefició a diversos sectores industriales. Para la industria jabonera española estos beneficios se concentraron básicamente en una sola empresa, la "Rocamora", que no tardó en reinvertir las ganancias alcanzadas y en procurarse ventajas en cuanto a materias primas y transporte (en este sentido, su vinculación con el capital mercantil puede haber sido decisiva). A corto plazo, la estrategia colonial de la firma barcelonesa pudo ser más que favorable. A largo plazo, los costes de la opción antillana quizá fueron excesivos y difíciles de superar. Por desgracia, mientras no conozcamos la organización de la industria peninsular del jabón, la estructura del mercado o la rentabilidad ofrecida por el negocio jabonero será difícil hallar las claves de la actuación post-colonial de los Rocamora.

BIBLIOGRAFÍA

- BONTOUX, E. (1910-1912), "L'industrie de la savonnerie. Cours libre fait à la Faculté des Sciences de Marseille", en "*La Technique Moderne*" (1910), vol. II, nos. 3-12, (1911); vol. III, nos. 1-9, (1912), vol. IV, n.º. 10; (1912), nos. 3-4.
- BUSTINDUY, N. (1894), *La industria guipuzcoana en fin de siglo. Reseña de las industrias fabriles más importantes*. Estab. Tip. de "La Unión Vascongada", San Sebastián.
- CAMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE LA HABANA (1891), "Informe sobre una exposición de la Sociedad de Estudios Económicos acerca del comercio de cabotaje con la Metrópoli", en "*Conferencias sobre la Reforma Arancelaria de la Isla de Cuba. Segunda Conferencia. Día 24 de diciembre de 1890*", Gaceta de Madrid, 1-VIII-1891.
- CLAVERA, J. y otros (1992), *Economía e historia del Puerto de Barcelona. Tres estudios*, Civitas, Madrid.
- CHAMBRE DE COMMERCE DE MARSEILLE (1910), *Compte rendu de la situation commerciale et industrielle de la circonscription de Marseille pendant l'année 1909*, Marseille, Imprimerie Marseillaise.
- DIRECCION GENERAL DE ADUANAS, *Estadística(s) del Comercio Exterior de España, 1863-1914*.
- DIRECCION GENERAL DE CONTRIBUCIONES, *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y del Comercio, 1879, 1890, 1895, 1900, 1907, 1913*.
- FABRICANTES DE JABON DE LA HABANA (1891), *Contestación de los fabricantes de jabón de la Habana a la Interview de "La Vanguardia" de Barcelona con los Sres. Rocamora Hermanos de la misma ciudad. Adicionada con los comentarios de la Prensa de la Isla de Cuba y el Informe de la Comisión nombrada por el "Comité Central de Propaganda Económica"*, Imprenta, Librería y Encuadernación de "Los Niños Huérfanos". La Habana.
- FRADERA, J.M. (1987), *Indústria i mercat. Les bases comercials de la indústria catalana moderna (1814-1845)*, Crítica, Barcelona.
- HABER, L.F. (1969), *The Chemical Industry during the Nineteenth Century. A Study of the Economic Aspect of Applied Chemistry in Europe and North America*, The Clarendon Press, Oxford.
- LIEF, A. (1958), *The History of Procter and Gamble*, New York.
- MALUQUER DE MOTES, J. (1974), "El mercado colonial antillano en el siglo XIX", en NADAL, J; TORTELLA, G. *Agricultura, comercio colonial y crecimiento en la España contemporánea*, Ariel, Barcelona, pp. 322-357.

- (1992), *Nación e inmigración: los españoles en Cuba (ss. XIX y XX)*, Jucar, Gijón.
- MASSON, P. y otros (1926), "Industries des corps gras", en MASSON, P. (dir.), *Les Bouches du Rhône. Encyclopédie Départementale. Deuxième Partie. Le bilan du XIXe siècle. Tome VIII. Le Mouvement Economique: L'industrie*, Librairie ancienne Honoré Champion, Paris / Archives Départementales des Bouches-du-Rhône, pp. 412–463.
- MUSSON, A.E. (1967), *Enterprise in Soap and Chemicals, Joseph Crosfield and Sons, Ltd., 1815-1965*, Augustus M. Kelley Publishers, New York.
- NADAL, J. (1986), "La debilidad de la industria química española en el siglo XIX. Un problema de demanda", en "Moneda y crédito", nº 176, pp. 33-70.
- y TAFUNELL, X. (1992), *Sant Martí de Provençals, pulmó industrial de Barcelona*, Columna, Barcelona.
- PASCUAL, P. (1990), *Agricultura i industrialització a la Catalunya del segle XIX. Formació i desestructuració d'un sistema econòmic*, Crítica, Barcelona.
- PIERREIN, L. (1975), *Industries traditionnelles du Port de Marseille. Le cycle des sucres et des oléagineux, 1870-1958*, Institut Historique de Provence, Marseille.
- RONQUILLO, J.O. (1851), *Diccionario de materia mercantil, industrial y agrícola que contiene la indicación, la descripción y los usos de todas las mercancías*, Tomo I, Imprenta de D. Agustín Gaspar, Barcelona.
- SCANSETTI, V. (1917), *Manual de fabricantes de jabones*, Gustavo Gili, Barcelona.
- SERRANO SANZ, J.M. (1987), *El viraje proteccionista en la Restauración. La política comercial española, 1875-1895*, Siglo Veintiuno Editores, Madrid.
- SOIRON, J.B. (1905), *L'Huilerie à Marseille, en France et à l'étranger*, Imprimerie Samat et Cie., Marseille.
- TAFUNELL, X. (1989), "La construcción residencial barcelonesa y la economía internacional. Una interpretación sobre las fluctuaciones de la industria de la vivienda en Barcelona durante la segunda mitad del siglo XIX", en "Revista de Historia Económica", VII, nº 2, pp. 389–437.
- (1992), "La construcción en Barcelona, 1860–1935: continuidad y cambio", en GARCIA DELGADO, J.L. (ed.), *Las ciudades en la modernización de España. Los decenios interseculares*, Siglo XXI, Madrid, pp. 3–20.
- VICENS VIVES, J.; LLORENS, M. (1961), *Industrials i polítics (segle XIX)*, Vicens Vives, Barcelona.
- WILSON, Ch. (1959), *The History of Unilever. A Study in Economic Growth and Social Change (2 vols.)*, Cassell and Company, London.
- ZAMBRANA, J.F. (1984), "El aceite de oliva y su dependencia del mercado internacional de las grasas vegetales. Un análisis histórico, 1861-1935", en *Agricultura y sociedad*, nº 33, pp. 159–196.
- (1993), "Las industrias de los aceites y grasas vegetales en España: un desarrollo limitado, 1850-1950", en "Revista de Historia Industrial", nº 4, pp. 57-89.