

ESTADÍSTICAS PARA LA HISTORIA:  
USO ESTADÍSTICO DE FUENTES MERCANTILES

ISAAC GONZÁLEZ RUIZ<sup>1</sup> Y GREGORIO NÚÑEZ  
Departamento de Teoría e Historia Económica  
Universidad de Granada

En Heredia Valasco, José Manuel y Callejón Céspedes, José (eds.) Investigaciones en Métodos Cuantitativos para la economía y la empresa. Homenaje al profesor Rafael Heredia Pleguezuelo. Granada, EUG. 2016

1. PUBLICACIONES MERCANTILES: LA LARGA HISTORIA DE UN SEGMENTO EDITORIAL.

Como escribió John Hicks hace ya muchos años, el mundo del comercio genera unas necesidades de conocimiento y de información que, tanto por su intensidad como por su temática, le son específicas y le resultan extraordinariamente valiosas [Hicks, 1974]. Se trata de necesidades susceptibles de generar nuevos retos y oportunidades, en número y diversidad rápidamente crecientes. Es éste un punto de vista que, en adelante, ha sido secundado por la historiografía y la economía de las organizaciones, pero que resulta novedoso en la historiografía general. Como escribieron John Robert y William McNeill

«Lo que impulsa la historia es la ambición que alberga el hombre de alterar su condición para conseguir sus esperanzas. Pero lo que operaban las personas, tanto en el orden material como en el espiritual, y la forma en que trataban de hacerlo, dependía de la información, las ideas y los ejemplos de que disponían. Así las redes encuzaban y coordinaban la ambición y los actos cotidianos de los seres humanos... y siguen haciéndolo.» [McNeill & McNeill, 2004. El subrayado es nuestro].

Casi podríamos decir que el papel del hombre de negocios, sus posibilidades últimas para sobrevivir y prosperar en el complicado mundo mercantil, consiste precisamente en su capacidad para gestionar adecuadamente y para aprovechar todo lo posible ese tipo de información.

En esa línea, el mundo del comercio ha ofrecido oportunidades para recopilar y cuantificar información referente a los fenómenos económicos y para promover su uso estadístico, así como incentivos vigorosos para explotarlos. Sin comercio regular, sin comerciantes profesionales, y sin los mercados a que da origen el tráfico habitual de cualquier producto, servicio o capacidad, no existiría siquiera un elemento central de la teoría y de la vida

<sup>1</sup> Los autores agradecen a los profesores Pilar Fernández Sánchez y Simone Fari, de la Universidad de Granada, la atención que han prestado al borrador de estas páginas y sus acertados comentarios.

económica como es el precio; y mucho menos podría existir, un sistema de precios plenamente articulado ni un orden extenso (Hayek, 2010).

Es bien conocido también el poder del comercio para transformar la sociedad e impulsar el crecimiento económico y social. Más aún, la capacidad para transmitir información vital, junto al transporte de personas y bienes, se configura como una de las fuentes básicas del crecimiento económico [v. Bernstein, 2004].

Subrayemos en particular que el tráfico mercantil ha generado externalidades o efectos dinámicos aparte del sistema de precios ya mencionado. La contabilidad, en cualquiera de sus modalidades y adelantos —y, con ella, la escritura misma— por ejemplo, hace más de cinco mil años [v. McMillan, 2002].

Andando el tiempo, los comerciantes recogieron información significativa para uso inmediato, aprendieron a utilizarla y a cuantificarla cuidadosamente y, pronto también, establecieron métodos sistemáticos y eficaces para aprovecharla. Sirva como ejemplo la numismática y la elaboración de catálogos de monedas por parte de los cambistas; éstos fueron documentos de gran valor práctico en su día, y hoy los seguimos utilizando como fuentes históricas de gran valor para el estudio de la moneda, de la economía en general y de los flujos comerciales. Y entre otros adelantos o efectos dinámicos impulsados por la expansión del comercio destaca el flujo creciente de información de uso mercantil y el perfeccionamiento del sistema postal y la correspondencia, instrumento de los negocios, y de los archivos de cartas comerciales, subproducto archivístico y patrimonial que a menudo ha llegado hasta nuestros días.

En un primer momento, dicha información era generada y utilizada de forma privada y se mantenía secreta todo lo posible. Hasta la criptografía hubo de perfeccionarse y generalizarse para salvaguardar el valor excepcional de la información mercantil para el hombre de negocios. Pero mantener esa información secreta no fue a menudo ni posible ni oportuno. Los precios, por ejemplo. Antropólogos como Clifford Geertz muestran usos mercantiles primitivos cuyo objeto era mantener secreto el precio acordado en cada transacción [v. McMillan, 2002]. Aún hoy cierta información y ciertos tipos de transacciones suelen mantenerse en secreto durante el mayor tiempo posible. Pero pronto los comerciantes profesionales y hasta las administraciones públicas descubrieron que el valor singular de los precios y otra información mercantil relevante es, precisamente el ser públicos. Listines de cotizaciones de las más variadas mercancías, en los más dispares mercados, fueron por tanto de uso habitual en los medios de negocios en la medida en que el volumen del tráfico mercantil creció y se consolidó [v. Casado, 2008]. Adelantos técnicos, economías de escala y diversificación territorial impulsaron nuevas necesidades de información y ampliaron los incentivos para atenderlas.



1 Tabla de precios en el mercado de Mequinez (Marruecos) en 2015.

Las primeras series sistemáticas de precios son, pues, un subproducto directo de la actividad mercantil, y fueron los comerciantes quienes empezaron a depurarlas y a publicarlas hasta constituir con ellas publicaciones impresas específicas de gran interés en su época y en la historiografía actual. Las corporaciones de comerciantes —gremios, comunidades, sociedades especializadas— intervinieron pronto en garantizarlas y difundirlas [v. McCusker y Greaves, 1991]. Tras el sistema postal, la invención y difusión del telégrafo desde 1844 tuvo efectos dinámicos que permitieron a la prensa económica alcanzar su madurez. Como dice Graeme J. Milne

«many older forms of business communication took advantage of the new technology rather than be superseded. Newspapers were important customers of the first telegraph lines, printing "dash" columns of commodity prices and shipping rates.» [Milne, 2006]

Y concluye diciendo:

«There has been a tendency for each new form of communications technology to be hailed as bringing about a revolution in trade and business. In fact, the most important point has been the development of a multifaceted information environment, in which business and consumers choose from a variety of technologies and methods, depending on the task at hand.» [Ibid. El subrayado es muestro].

Otro tanto sucede con las redes mercantiles. Quién conoce a quién. O, mejor aún, quién confía en quién. Los comerciantes tienden a mantener secreta la información de este tipo, que configura su red social y profesional, pero con el paso del tiempo, con el perfeccionamiento de los negocios y, sobre todo, con la evidencia de las economías de escala que encierra, se pusieron en evidencia la necesidad y hasta la rentabilidad de pasar también esta información, o una parte de ella, del ámbito de la información reservada al terreno del conocimiento público. Con la aparición de la imprenta y la generalización del uso de la información mercantil de interés general apareció todo un segmento especializado en la industria editorial: enciclopedias y recopilaciones diversas (mapas, atlas, descripciones de plazas mercantiles, mercancías y procesos de producción, itinerarios, puertos, etc.) así como relaciones sistemáticas de precios y de autoridades, y comerciantes acreditados en cada plaza de importancia publicadas incluso con precisión y regularidad crecientes [v. Headrick, 2000].

En una línea diferente, los comerciantes y sus corporaciones empezaron a compilar listados de profesionales del comercio en las plazas más importantes, que fueron impresos con títulos como *Almanaque*, *Directorio* o *Guías* de autoridades y comerciantes, publicaciones a menudo serias que, tanto en su elaboración como en su uso, respondían a una difusión sistemática en el tráfico mercantil y facilitaban la difusión de información sistemática sobre posibles compradores o proveedores, o sobre potenciales nuevos intermediarios de comercio y de crédito en otras plazas. El desarrollo ulterior de los mercados financieros y la aparición de la publicidad impulsaron más y más este tipo de iniciativas.

Con el tiempo, dichas publicaciones vinieron a transformarse en una especialidad editorial diferenciada: un negocio independiente ocupado de compilar y difundir la información mercantil al servicio de un público profesional, interesado en disponer de información suficiente, sistemática, normalizada, completa y actualizada.<sup>2</sup> Dichas guías adquirieron peso específico considerable —además de un volumen y un peso físico notables— y la demanda creciente impulsó la sucesión de reediciones actualizadas, gradualmente mejoradas tanto en su elaboración como en la información que contenían. Lógicamente, dichas publicaciones podían responder en un principio a una labor individual, pero con el tiempo sin duda exigieron la formación de equipos profesionales, más o menos permanentes, tanto para la recogida de la información como para la difusión y venta del producto editorial; un proceso que gradualmente llevó al establecimiento de métodos normalizados para la recogida y publicación de dicha información que, con el tiempo, se fue haciendo más copiosa y, cabe esperar, más sistemática y más fiable.

Se va lo dicho hasta ahora como introducción a lo que podemos considerar como el mejor y más usado anuario mercantil y profesional de la España contemporánea. El elaborado y publicado regularmente por la casa Carlos Bailly-Baillière. La primera edición se refiere a 1879 bajo el título de *Anuario almanaque de comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración* (Madrid: 1880) y le siguieron ediciones sucesivas con periodicidad más bien irregular y denominaciones cambiantes hasta 1978.<sup>3</sup> El Catálogo Colectivo de Publicaciones Periódicas de la Biblioteca Nacional de España recoge su continuidad bajo el título de *Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la Administración* y, desde 1912, su consolidación como *Anuario Bailly-Baillière Reunidos. Anuario General de España* (AGE) que considera como segunda época del anterior.

En la España de finales del siglo XIX y principios del XX el segmento editorial que nos ocupa muestra una notable vitalidad, con profusión de iniciativas más o menos coincidentes, más o menos paralelas o especializadas. Anuarios de la minería, por ejemplo, de los ferrocarriles, de electricidad, de la industria, de la Justicia, — y de las sociedades, proliferaron en diferentes momentos a finales del siglo XIX y a principios del XX con éxito dispar, que puede medirse por el número y frecuencia de las reediciones. Hubo iniciativas que podemos considerar como segmentos especializados, como los de carácter local y/o regional en las principales plazas mercantiles y provincias de España y hasta alguno con manifiesta vocación extranjera, orientados a la importación y la exportación. El desarrollo de los mercados de valores trajo consigo la aparición de anuarios especializados en sociedades anónimas y mercados financieros. Todo ello forma parte de un proceso evolutivo complejo y vigoroso que hemos descrito como co-emergencia de los mercados (financieros) y las instituciones e instrumentos necesarios para apoyarlas (v. Núñez, 2010, pp. 607-634). En términos generales el proceso que describimos se ajusta a la misma pauta: la co-evolución y la co-emergencia del comercio mismo y de los

<sup>2</sup> Como en el terreno de los finanzas, el sector público y más concretamente la Administración ampo principalmente la atención de los lectores y los editores. Así el *Kalendario manual y guía de fontaneros de Madrid* (Madrid: 1744-1837) se editó durante casi un siglo con volumen y amplitud crecientes (v. [http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta\\_detalle.do?ID=000073119](http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta_detalle.do?ID=000073119)). Y, lejos de desaparecer, la iniciativa fue continuada por la *Guía de Fontaneros de Madrid* hasta 1872 (v. [http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta\\_detalle.do?ID=000223920](http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta_detalle.do?ID=000223920)).

<sup>3</sup> [http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta\\_detalle.do?ID=000504491&lang=es](http://hemerotecadigital.bne.es/consulta/consulta_detalle.do?ID=000504491&lang=es).

instrumentos necesarios para apoyarlo; en este caso para la transmisión más y más eficiente de la información relevante para los negocios.

En estas páginas requiere un comentario especial la publicación, desde 1896, del *Anuario Riern, Guía Mercantil de Cataluña*, editado por el Centro de propaganda mercantil de Barcelona. En cierto modo es sólo una más de las iniciativas ya entonces habituales en el sector y en la época, pero adquiere una relevancia especial por el hecho de que estaba llamado a fusionarse en 1912 con el ya mencionado de Carlos Bailly-Latitère para dar origen al *Anuario General de España* (AGE) de que nos ocupamos en estas páginas.



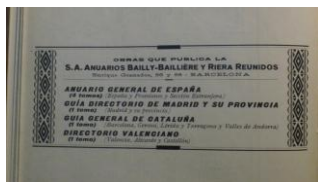
2 Vista lateral del tomo II del *Anuario General de España* correspondiente a 1931

## 2. DE PUBLICACION MERCANTIL A ESTADÍSTICA DE LA EMPRESA ESPAÑOLA DEL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX.

Desde hace algún tiempo, venimos trabajando para dar un uso estadístico general a las publicaciones mencionadas como instrumento para elaborar un censo de empresas y de empresarios españoles antes de la guerra civil más allá de los listados de sociedades anónimas y en paralelo con el estudio de los registros mercantiles. Iniciamos el trabajo con el análisis de la edición de 1931 del *Anuario General de España* (AGE) de la casa Bailly-Latitère y Riern, con

motivo del 75º Aniversario de la fundación en Granada de una Escuela Profesional de Comercio en 1934 [v. Núñez, Coord. 2009], para adentrarnos en el estudio de las clases mercantiles de esa provincia en vísperas de la Segunda República [González y otros, 2007]. Previamente, habíamos utilizado la misma fuente para elaborar organigramas de los servicios de los municipios españoles y la distribución en ellos del personal técnico [Núñez, 2005]. Seguidamente, nos hemos ocupado de la hostelería y del turismo en los principales centros urbanos y capitales de comarca de la provincia de Almería [González y otros, 2015].

Ahora disponemos ya de toda la información contenida en los AGE en sus ediciones de 1912 y 1931 para el conjunto de la provincia de Almería, incluidos los numerosos municipios menores, de carácter principalmente rural y/o minero, y deseamos presentar el trabajo en público y pedir la crítica de los colegas, especialmente de los estadísticos, como son mayoritariamente los invitados a participar en este volumen y sus probables lectores.<sup>3</sup>



3 La oferta editorial de la Casa Bailly-Baillière y Riera

La historiografía andaluza, general y económica, evidencia claramente la necesidad de estos estudios [v. Bernal y otros, 2010]. La primera gran recopilación de biografías de empresarios de la región [v. Parejo, 2008] muestra tanto los logros ya alcanzados como los límites de los

<sup>3</sup> En otras provincias de la región, ya disponibles aunque pendientes de análisis, el resumen de la fuente es el siguiente:

Número de fichas de actividades contenidas en el AGE referentes a tres provincias de Andalucía Oriental		
Provincia	1912	1931
Almería	12.712	16.581
Cádiz	n.d.	n.d.
Córdoba	n.d.	32.102
Granada	16.380	24.699
Huelva	n.d.	n.d.
Jázar	15.419	16.810
Málaga	14.954	n.d.
Sevilla	n.d.	22.500

mismos. Se trata de una compilación de prácticamente todos los estudios sobre empresarios realizados por la primera generación de historiadores económicos de Andalucía. Pero, tanto el número de las biografías recogidas como la escasa interacción personal entre los protagonistas, que queda claramente de manifiesto en su índice alfabético, indican que presenta una selección muy limitada y en buena medida azarosa, apenas una primera aproximación que sólo incluye lo más relevante del tema. Recientemente, una síntesis sobre la economía y la sociedad andaluzas contemporáneas vuelve a poner de manifiesto el mismo fenómeno y, refiriéndose expresamente a las pequeñas empresas no agrarias, reconoce «no disponer [ain] de estadísticas generales sobre las mismas hasta mediados del siglo XV» (Arenas, 2015). No obstante, estudios pioneros de, por ejemplo, Manuel Tíos, sobre los banqueros y cajas de ahorros andaluzas (v. Tíos, 2003), o de Antonio Parejo cuando en una conferencia en la Universidad de Málaga — desgraciadamente aún inédita— proponía pasar del estudio de la región al análisis de la ciudad y las plazas mercantiles. Más prometedor, por sistemático y omni-compreensivo, resulta el estudio de los libros de sociedades de los registros mercantiles como el que acaba de elaborar Juan Antonio Rubio Mondejar (Rubio, 2014).

Pero volvamos al AGE. La fuente nos proporciona dos tipos de información o, si lo preferimos, dos diferentes puntos de vista:

1. las *actividades* registradas, por un lado, y
2. los *titulares* de las mismas, inscritos como ejercientes en cada actividad o producto.

Cada ficha de actividades recoge nominalmente cada una de las entradas —productos, servicios, actividades industriales y profesionales, etc.— para cada uno de los titulares ejercientes en cada localidad. El conjunto de dichas fichas arroja un total de actividades que en 1912 ascendía a 12.712 en toda la provincia de Almería y que subió hasta las 16.381 en 1932, un crecimiento que, a la vista de los primeros resultados, parece ser inferior al de la limitrofe provincia de Granada pero bastante superior al de Jaén.

Un segundo fichero reagrupa las fichas anteriormente mencionadas en términos nominales. Las nuevas fichas recogen a cada uno de los titulares, personas físicas o jurídicas inscritas en el AGE y sin duda también en las matrículas de los diferentes municipios como profesionales o empresarios, con mención del segmento o segmentos de actividad y la plaza de su domicilio. La misma mayoría de los titulares aparece registrada una sola vez, es decir, se documenta una sola actividad para cada uno de ellos, pero son numerosos quienes figuran como ejercientes de varias actividades simultáneamente, a fines las más de ellas; pero en ocasiones situadas en muy diferentes grupos de actividades económicas: es lo que hemos denominado como «cartera de actividades», que a menudo sugieren estrategias generalizadas de diversificación de intereses personales y de negocios.<sup>5</sup>

Las fichas mencionadas pueden ser clasificadas conforme a tres parámetros o criterios:

<sup>5</sup> Una diversidad que ejemplifican aquí los casos de Alfredo Pérez, de Serón, y de José Lucas, de Almería capital. El primero de los citados, Alfredo Pérez, comerciante al por menor en Serón (municipio del valle del Almanora, con fermatán) en el partido de Fuenfria, aparece como titular de cinco actividades diferentes en 1912, concretamente figuraba ya como abacero y vendedor de comestibles —términos prácticamente sinónimos— ferretero, tabernero y vendedor de ultramarinos. En 1932 había diversificado notablemente sus intereses mercantiles y aparece registrado como ejerciente de veinte actividades diferentes, las ya operadas en 1912, otras más o menos nuevas como la venta de alcohol y vino, ultramarinos y comestibles en general, menaje doméstico, género de punto, perfumes, moderas, juguetes y quincalla y materiales de construcción. Hasta figuraba como titular de la finca rural local y como uno de los principales tratantes del término. Por su parte José Lucas, por medio de la casa José Lucas e Hijos, en Almería capital, con fermatán y puerto habilitado para la exportación, también ejercía en 1912 la venta de ferretería y de hierro; y, como el anterior, en 1932 había ampliado su cartera de actividades en torno a la ferretería, que incluía ya la venta al por mayor y al por menor, y había diversificado hasta incluir los aparatos de gas acetileno, las balanzas y básculas, los cables, hierros y tuberías de hierro, la cabilitería y hasta 21 productos diferentes que cubrían desde los alambres y puntales para patas hasta la producción de uva, pasando por la maquinaria agrícola, industrial, minera y de ferrocarriles, y los productos químicos. Hubo, claro está, otros muchos que no podemos mencionar en estas páginas y que publicaremos en breve.

- a) *localización*, hasta el nivel municipal
- b) *segmento de actividad económica o profesional* en que operaban, descritos con criterios tanto antiguos como modernos, y
- c) *evolución*, tanto en lo referente a las actividades como a sus titulares en ambos parámetros en 1912 y 1931.

La fuente original aparece ordenada, precisamente, por precisos *criterios de localización* conforme a la geografía administrativa de la época. Como hoy, la unidad básica es la provincia y, dentro de ésta, las diferentes comarcas, que entonces estaban definidas por los partidos judiciales, mucho más homogéneos entonces que en la actualidad en lo que a la articulación del territorio se refiere. Dentro de cada partido figuraban cada uno de los municipios correspondientes. Las fichas, pues, pueden agruparse a diferentes niveles geográfico-administrativos: municipios, comarcas, provincias y regiones. Incluso podrá hacerse a nivel nacional cuando el aprovechamiento del Anuario sea completo.

Como cabía esperar, todo ello puede ser cotejado con los datos demográficos, económicos y estructurales correspondientes a las mismas entidades territoriales consideradas en cada caso.

Dentro de cada municipio se abre una segunda clasificación, esta vez de actividades localizadas en él que tiene a su vez dos niveles: básicamente se refiere a un *producto o actividad concreta* —v.g. *médico*; *aceite de oliva*; *toneles de madera*— que en ocasiones se precisa con otra clasificación/descripción de segundo nivel que concreta la anterior —v.g. *secretario del colegio profesional*; *exportador*; *fabricante*, respectivamente— para distinguir diferentes matices referentes a una misma profesión, nivel de operaciones o producto. Lógicamente, la relación de productos o actividades en el AGE responde a una metodología y a criterios terminológicos propios de la época y recogidos por los compiladores y está lleno de localismos y términos hoy a menudo inusuales aunque de gran interés para el estudio filológico de la sociedad y de la empresa de la época.

En todo caso la ulterior clasificación de actividades económicas que nos proponemos exige una agrupación y normalización diferente de las originales para la que hemos seguido los criterios del INE y más concretamente la clasificación CNAE 2009; esto nos ha supuesto problemas adicionales y en ocasiones contradicciones probablemente irresolubles, pero nos permitirá hacer comparaciones con otros tiempos y lugares y hasta con la situación actual. De momento digamos que insertar una serie de actividades del pasado, y la correspondiente terminología de la época, en odres modernos encierra dificultades importantes que a nadie se le escapan pero también ofrece sugerencias de interés para el estudio detallado de la agricultura, la industria y el comercio en la primera mitad del siglo XX.

En su estado actual los datos mencionados nos permiten elaborar, entre otras muchas, una detallada estadística, tanto de las actividades registradas como de los titulares ejercientes de las mismas en cada grupo, en cada territorio, en los dos años de referencia. A falta de un estudio exhaustivo de la cuestión presentaremos aquí sólo una primera síntesis estadística de dichas actividades agrupadas por segmentos conforme al criterio CNAE 2009, que se recoge en el apéndice.

Un análisis somero pone en evidencia que prácticamente todas las secciones de la CNAE menos una —la T-Actividades de los hogares— y el 67% de las divisiones de dos dígitos de la clasificación del INE, contaban con alguna actividad registrada en la provincia de Almería durante las primeras décadas del siglo XX, lo que indica una amplia diversidad de actividades económicas y profesionales en el territorio, en sintonía con las oportunidades percibidas en una sociedad que se nos presenta como bastante dinámica. Un fenómeno poco conocido y menos valorado hasta hoy es lo que pronto vino a ser una de las provincias más atrasadas de España.

De entre las actividades reseñadas las más numerosas eran las correspondientes al comercio, mayorista y, sobre todo minorista, y a la agricultura. Es de destacar el notable aumento de las



sociedades de captación y distribución de aguas y el significativo descenso del número de veterinarios. La minería manifiesta claramente la decadencia de las explotaciones metálicas (hierro y plomo especialmente), parcialmente compensadas por otras industrias extractivas — canteras— y actividades de apoyo a la minería. Como cabe esperar en una economía aún tradicional, dentro del sector industrial destacan las industrias alimentarias (alimentación y bebidas), las más de ellas para el autoconsumo, y varios ramos de la industria textil, en particular la confección. También destacan la carpintería, tanto de muebles como industrial — tonelería—, ligada a la exportación de uva, y la fabricación de productos metálicos. También la hostelería, tanto lo referente al alojamiento como a la restauración, y las actividades de ocio estaban ampliamente representadas. Se aprecia un número elevado de funcionarios que trabajaban en los diferentes niveles de la Administración pública, así como los dedicados a la educación y la sanidad. Llamo por último la atención el número y difusión de actividades asociativas de diverso tipo, que sin duda indican una sociabilidad y hasta una movilización política y cultural digna de resaltar.

Si consideramos la evolución entre las dos fechas indicadas se aprecia en el sector primario la estabilidad de los ejércitos de actividades agrarias en general, que debemos contraponer al vigoroso crecimiento de las sociedades de captación y distribución de aguas; esto permite sugerir un crecimiento de la productividad de los regadíos y probablemente una mejora de los abastecimientos urbanos, aspecto que también se manifiesta en el crecimiento del sector de la construcción. Al contrario, se aprecia la caída de las actividades ligadas a la minería metálica, compensada parcialmente por el crecimiento de otras industrias extractivas y las actividades de apoyo a la minería. En la industria es de destacar la multiplicación de los negocios de producción de productos farmacéuticos y caucho (ambos muy minoritarios, claro está), así como de la industria textil, frente a la caída de la metalurgia y de otras industrias manufactureras, compensadas por el crecimiento de la carpintería y la tonelería. En lo referente al sector servicios destaca el crecimiento del número de agentes de seguros, del transporte marítimo, del alquiler de vehículos y la motorización del transporte por carretera. Se aprecia también un notable incremento de los sectores ligados a la movilidad y a la motorización. La Administración pública propiamente dicha y en sus diferentes niveles da muestras de escaso crecimiento; pero no fue así en lo referente a los servicios sanitarios y educativos, que crecieron vigorosamente entre las dos fechas. Otros grupos que muestran un crecimiento intenso resultan ser los de espectáculos, juegos y deportes. Es de destacar en cambio el descenso de la división U99—organismos extraterritoriales, provocado por la reducción del número de cónsules en los tres puertos habilitados de la provincia. El detalle y las cifras agregadas aparecen en la tabla final.

La fuente permite variados tipos de análisis. Por ejemplo, podemos preguntarnos por el peso de la escala de las aglomeraciones urbanas en la configuración de la estructura mercantil, empresarial y profesional de la ciudad en cuestión. A modo de muestra la tabla 1 resume los datos disponibles conforme a los segmentos poblacionales de las diferentes localidades.

**Distribución de las actividades profesionales y empresariales en la provincia de Almería en 1912 y 1931, clasificadas por el tamaño del municipio.**

Segmento	Num. Municipios	Núm. Municipios	Número de actividades activadas en 1912	Número de actividades activadas en 1931	Proratio (4)/(2) en 1912	Proratio (5)/(3) en 1931	Crecimiento (5)/(4) 1912-1931
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(8)
1.000 Habitantes	23	2	1.124	1.433	434	503	37,6%
1.000-10.000 Habitantes	21	20	1.738	4.274	103,7	139,2	49,2%
10.000-100.000 Habitantes (Exclusión de capital)	3	3	4.797	1.269	88,3	78,6	10,7%
Almería Capital	1	1	2.466	12.548	246,6	1.254,8	129,9%
Total provincia	108	111	13.122	29.384	122,1	139,1	28,2%

Fuente: AGR. Balde-Baldero. Elaboración propia.

En ella apreciamos claramente que entre 1912 y 1931 el crecimiento de las actividades registradas en la provincia de Almería fue bastante vigoroso, un 28,9% en términos provinciales

y podemos precisar que el crecimiento fue vigoroso en los municipios menores de 10.000 habitantes, prácticamente las zonas rurales y en ocasiones enclaves mineros. También crecieron los municipios de tamaño medio, todos ellos capitales de comarca, que, ya antes de 1912 contaban con un tejido profesional y empresarial mucho más denso y diversificado que las anteriores, pero muestran una menor vitalidad expansiva a lo largo de las dos décadas. Y donde surge un rasgo inesperado es en la capital provincial, el mayor centro demográfico, empresarial y de servicios de la provincia con gran diferencia, que evidencia un llamativo estancamiento, dato novedoso que invita a pensar en un proceso estructural de redistribución territorial de las empresas y profesiones dentro de la provincia, que fue inversamente proporcional a la escala de la aglomeración.

### 3. CONCLUSIONES.

La posibilidad de generar estadísticas sobre las profesiones y las empresas a partir de fuentes convencionales del pasado representa, a nuestro modo de ver, una prometedora oportunidad para adentrarse en el estudio de las actividades económicas y, con ellas, el de las clases medias españolas en las primeras décadas del siglo XX. Se trata de una temática poco estudiada aún por la historiografía sobre una etapa importante de nuestra historia, a pesar de que en otros ramos de la vida social —arte, cultura, ciencia, ingeniería, ...— se la conoce ampliamente como la Edad de Plata de la cultura española. Un término del que nos proponemos determinar la medida en que podría aplicarse al conjunto de la vida social de la España de la época y más concretamente a la historia de la empresa y de los empresarios.

La fuente que acabamos de presentar ofrece una oportunidad inédita, cuantificable y sistemática para penetrar en el mundo de la pequeña empresa y de las profesiones hasta los últimos rincones, fundamento económico y social de la clase media, y aporta una notable capacidad de análisis tanto por la variedad como por la precisión de sus contenidos, especialmente valiosa por referirse a una etapa histórica mal documentada hasta hoy.

Impulsada por la necesidad de mantener el secreto en los negocios, la Historia de la empresa ha encontrado dificultades para conseguir datos estadísticos básicos. Sólo muy recientemente las administraciones públicas se han ocupado de recopilarlas y publicarlas por iniciativa de organismos públicos y bajo la protección del secreto estadístico. Hasta ahora, los Anuarios financieros y de sociedades anónimas han ocupado ese terreno durante décadas y han sido ampliamente utilizados por los historiadores, si bien sólo incluyen información financiera y sólo de las sociedades de capital. Más recientemente, el estudio de los libros de sociedades de los registros mercantiles empieza a completar ese panorama añadiendo, además, una valiosa perspectiva sobre los múltiples nodos de las redes empresariales aún ocultas. El resto del tejido empresarial y profesional mayoritario ha permanecido oculto o ha sido puesto marginalmente en evidencia —a la luz de la farola, podríamos decir— por medio de estudios de casos, normalmente locales y puntuales, allí donde, más o menos al azar, se ha podido acceder a archivos familiares y de empresa. Normalmente sólo han resultado accesibles algunos de los casos más importantes. No existían medios para establecer valoraciones generales ni para conocer el contexto en que aquellos se movían. Es más, segmentos enteros de actividad económica han permanecido completamente a oscuras en las zonas de sombra a donde la luz de la farola del cuento no alcanza.

La fuente que estamos utilizando permite resolver algunos de esos problemas y sin duda nos permitirá formular hipótesis novedosas. En adelante podremos saber qué actividades eran típicas o atípicas en determinadas plazas mercantiles y en sus territorios circundantes. Incluso podremos poner de manifiesto casos únicos pero prometedores. Veremos cómo se distribuían por el conjunto del territorio y qué evolución tuvieron a lo largo del tiempo. Más aún, pronto podremos conocer incluso a todos los empresarios que estuvieron activos en la provincia en uno de los años de referencia, o en los dos, y qué actividades desempeñaban; uno por uno y sin huecos. Pronto podremos establecer parámetros significativos que configuraron la evolución económica del territorio como, por ejemplo y entre muchos más, el papel de la minería y de la

agricultura, y sus diferentes especializaciones, en el desarrollo del tejido empresarial; el efecto dinamizador generado por la proximidad a los puertos y la importancia de los ferrocarriles; o, más generalmente, la importancia de la escala de las aglomeraciones y la diversificación del tejido empresarial, a veces más compleja de lo que normalmente se piensa, como acabamos de ver.

Queda de momento en evidencia que en el primer tercio del siglo XX la provincia de Almería, que pronto vendría a ser la más atrasada de España tras la guerra civil, con una notable diversidad y difusión de actividades económicas, estaba muy abierta a la economía de exportación y que los empresarios allí, como la población misma, se adaptaron a los retos y oportunidades de la época y, en concreto, a la decadencia de la minería metálica tras la Gran Guerra y al auge de la agricultura de exportación.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA.

*Anuario almanaque de comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración.* Madrid. Bailly-Baillière, editor (1880- )

*Guía de Forasteros de Madrid* (hasta 1872).

*Kalendario manual y guía de forasteros de Madrid* (Madrid: 1744-1837)

ABENAS, C. *Poder, economía y sociedad en el sur. Historia e instituciones del capitalismo andaluz*; (2015) Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

BERNAL, A.M.; FLORENCIO, A., y MARTÍNEZ RUIZ, J.I. (2010) *El empresariado andaluz; en perspectiva histórica*. Sevilla: Escuela Andaluza de Economía.

BEINSTEIN, W.I. (2004) *The Birth of Plenty: How Prosperity of the Modern World was Created*. New York: McGraw Hill.

CASADO, H. (2008) «Los hijos de información en las redes comerciales castellanas de los siglos XV y XVI» en *Investigaciones de Historia Económica*; (10):35-68.

GÓMEZ, D. (1994) *Actividad, empleo y renta en Almería, 1787-1910*. Almería: Universidad.

GONZÁLEZ RUIZ, L., LÓPEZ-BURGOS, M.A.; y NÚÑEZ, G. (2015) *La hostelería almeriense antes del turismo de masas*. Granada: Gidel - Grupo de estudios históricos sobre la Empresa [disponible en <http://hdl.handle.net/10481/38949>].

— ; NÚÑEZ, G. y PISAR, J. (2007) *La Empresa de nuestros abuelos. Territorio e iniciativa económica en la Granada del primer tercio del siglo XX*. Granada: Fundación Caja Rural de Granada; 2007; ISBN: 978-84-690-9369-6 [disponible en <http://hdl.handle.net/10481/39448>].

HAYEK, F.A. (2010) *La fatal arrogancia. Los errores del socialismo*. Madrid: Unión Editorial.

HEADRICK, D. R. (2000) *When Information Came on Age. Technologies of Knowledge in the Age of Reason and Revolution, 1700-1850*. Oxford: Oxford University Press.

HICKS, J. (1974) *Una teoría de la historia económica*. Madrid: Aguilar.

MCCUSKER, J. y GRAVSTEIN, C. (1991) *The Beginnings of Commercial and Financial Journalism: The Commodity Currents of Early Modern Europe*. Amsterdam: NEHA.

McMILLAN, J. (2002) *Reinventing the Bazaar. A Natural History of Markets*. Notton & Co.: New York / London.

- MCNEILL, J.R. y MCNEILL, W.H. (2004) *Las redes humanas. Una historia global del mundo*. Barcelona: Círculo.
- MILNE, G.J. (2006) «Information and Communications» en: MCCUSKER, J.J. Ed. *History of World Trade Since 1450*. Detroit: Thomson Gale; pp. 399-402.
- NUÑEZ, G. (2003) «Stratégies et structure du personnel dans l'Administration locale en Espagne au début du XXe siècles» en: DIMONIS, B. y POLLET, G. Eds. *Administrer la ville en Europe. XIXe-XXe siècles*. Paris: L'Harmattan; pp. 47-66.
- (2010) «Geografía Financiera de España en 1914: Notas sobre la co-emergencia de la gran industria y las finanzas locales a principios del siglo XX» en: MORILLA, J.; HERNANDEZ ANDREU, J.; GARCÍA RUIZ, J.L. y otros *Homenaje a Gabriel Torrella*. Madrid: LID Editorial empresarial; 2010; pp. 607-634.
- NUÑEZ, G. (Coordinador) (2009) *La enseñanza para la empresa en Andalucía. La Escuela Profesional de Comercio de Granada a los 75 años de su fundación*. Granada: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Granada [disponible en <http://hdl.handle.net/10481/20925>].
- PARERO, A. Ed. (2008). *Grandes empresarios andaluces*. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- RUBIO, J.A. (2014). *Andalucía durante la segunda revolución tecnológica: Ciclos de inversión, sociedades mercantiles y grupos empresariales*. Tesis doctoral en la Universidad de Granada.
- SÁNCHEZ, I. y ALÍA, F. (1997) «Una fuente para el análisis cuantitativo de la prensa española: el Anuario Bailly-Baillière» en: VILLENA ESPINOSA, Rafael, Ed. *Ensayos humanísticos: homenaje al profesor Luis Lorente Toledo*. 1997; pp. 423-442.
- SÁNCHEZ PICÓN, A. (1992) *La integración de la economía almeriense en el mercado mundial. 1778-1936. Cambios económicos y negocios de exportación*. Almería: Instituto de Estudios Almerienses.
- (2001) «Ejes de desarrollo en el sureste y la Andalucía mediterránea (1800-2000)» *Historia Contemporánea*; (42):261-302.
- TITOS, M. (2003) *El sistema financiero en Andalucía: tres siglos de historia. 1740-2000*. Sevilla: Instituto de Estadística de Andalucía.



